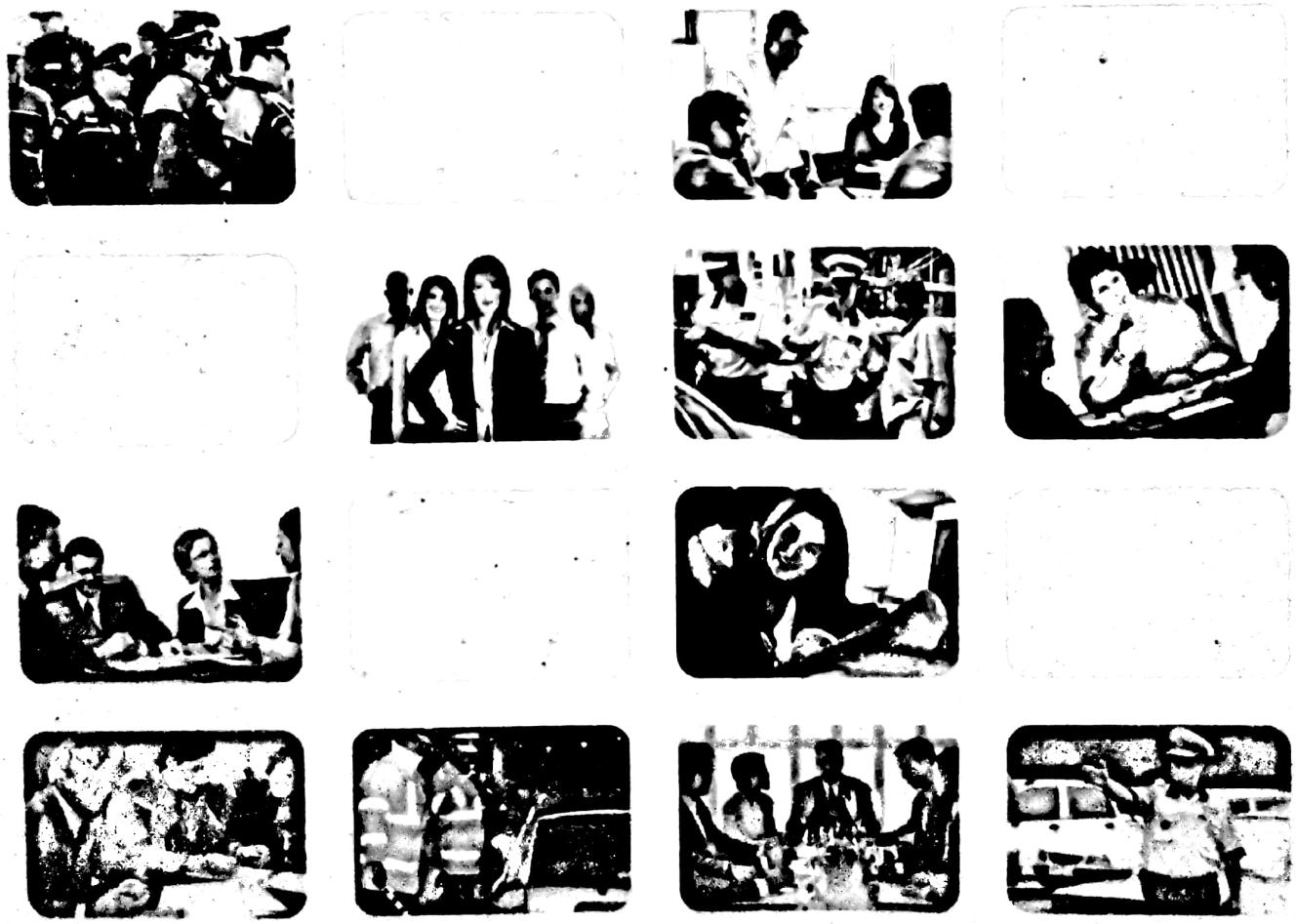
MINISTERUL INTERNELOR SI REFORMEI ADMINISTRATIVE
SCOALA DE AGENTI DE POLITIE "VASILE LASCAR" CÂMPINA

COMUNICARE PROFESIONALĂ



- NOTE DE CURS -

CÂMPINA 2008

Scanned with OKEN Scanner

Mătăraru Andrei

Comunicare profesională

Note de curs

Câmpina 2008

Scanned with OKEN Scanner

ŞCOALA DE AGENŢI DE POLIŢIE
„VASILE LASCĂR" CÂMPINA
CATEDRA DE ŞTIINŢE SOCIO-UMANE ŞI INFORMATICĂ
COMISIA METODICĂ A MODULULUI COMUNICARE PROFESIONALĂ

COORDONATOR: *MANEA CONSTANTIN*

AUTORI: *ENESCU GHEORGHE*
ROMAN VALERIA
GHEORGHE ILIE
MELINCIANU BEATRICE

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
Comunicare profesională: note de curs / Manea Constantin, Enescu Gheorghe, Roman Valeria, ...
Ploieşti: Grafoanaytis, 2008
ISBN 978-973-88751-9-7

I. Manea, Constantin
II. Enescu, Gheorghe
III. Roman, Valeria

316.77:351.74

Cartea apare prin grija Catedrei de Ştiinţe Socio-Umane şi Informatică şi este aprobată de Comisia metodică a modulului „Comunicare profesională".

Tehnoredactare: Rus Mihai
Coperta: Diaconescu Alexandru

Scanned with OKEN Scanner

CUVÂNT ÎNAINTE

Lucrarea abordează explicitarea unor probleme legate de comunicare şi prezintă succint aspectele importante din domeniul relaţiilor interumane privite printr-o analiză a componentelor psihofiziologice ale activităţii de tip comunicativ.

Totodată sunt prezentate regulile structurate în timp, în situaţii deosebite de comunicare, propunând spre receptare şi înţelegere de către elevi, viitorii poliţişti, a unui set minimal de achiziţii teoretice şi practice privind standardele ocupaţionale.

Cursul sugerează posibile soluţii în domeniul larg al comunicării, în scopul consolidării unui limbaj profesional bogat în noţiuni şi termeni specifici muncii de poliţie.

Pentru a veni în sprijinul poliţiştilor care lucrează cu publicul, viitori specialişti, lucrarea oferă un ajutor substanţial în vederea depăşirii barierelor de comunicare.

Eforturile de selectare şi sintetizare a materialelor din conţinutul manualului au fost verificate prin feed-back-ul permanent realizat în urma activităţilor didactice cu elevii Şcolii de Agenţi de Poliţie „Vasile Lascăr" Câmpina.

De asemenea, la elaborarea tematicii cursului s-a avut în vedere adaptarea noţiunilor teoretice la specificul şi problematica muncii de poliţie,

Scanned with OKEN Scanner

astfel încât comunicarea să devină o formă modernă şi eficientă de îmbunătăţire a relaţiilor oficiale şi neoficiale derulate de către poliţişti.

De aceea, cadrul legislativ care reglementează activitatea profesională a poliţiştilor, precum şi deontologia profesională, îi obligă pe aceştia să recurgă la forţa argumentului pentru realizarea nivelului de expectanţă a cetăţeanului.

Parcurgerea conţinutului cursului, oferă beneficiarului (elevi, poliţişti) posibilitatea relaţionării optime cu cei în slujba cărora se află - cetăţenii.

Chestor de poliţie drd. Tomescu Ion

Scanned with OKEN Scanner

COMUNICARE ŞI INTERACŢIUNE SOCIALĂ

Într-o epocă a cărei existenţă se bazează în mare parte pe comunicare, o temă cu acest subiect are cel puţin semnificaţia unei ancorări în nevoile societăţii.

Cu toţii trăim şi muncim împreună şi de aceea trebuie să ne cunoaştem trebuinţele şi interesele în mod reciproc. Această cunoaştere reciprocă stă la baza existenţei noastre. Depăşind toate fiinţele vii, omul a făcut din comunicare principalul instrument al socializării sale. Cu ajutorul comunicării oamenii cooperează între ei, fapt ce duce la formarea conştiinţei individuale şi sociale.

Evoluţia umană – atât la nivel de individ cât şi la nivel general, de grup, comunitate, societate, este influenţată şi de o activitate desfăşurată frecvent – numită comunicare.

Comunicarea nu este atributul exclusiv al fiinţei umane deoarece în forme rudimentare sau mai evoluate comunicarea se întâlneşte şi în regnul animal. Omul fiind înzestrat cu raţiune şi limbaj articulat este cel care dispune de capacitatea şi abilitatea de a comunica într-o gamă variată de forme, unele dintre acestea fiind foarte complexe.

Oamenii îşi petrec cea mai mare parte a zilei transmiţând şi primind mesaje. Aproximativ 75% din durata unei zile de lucru poliţistul comunică cu cei din jur(colegi, cetăţeni, superiori). Dacă am face graficul unei zile obişnuite de lucru am constata că aproximativ ¾ din timpul nostru se desfăşoară ascultând, vorbind, citind sau scriind aşadar comunicând.

Omul este o fiinţă socială care nu poate să trăiască decât accidental şi pentru perioade scurte de timp rupt de semenii săi. Pe parcursul vieţii, fiecare individ este supus, prin intermediul unor factori – familie, şcoală, grup de prieteni, colectiv de muncă, mass-media, instituţii religioase – unei complexe activităţi numită socializare.

Interacţiunea respectiv relaţionarea individului cu semenii se face permanent, activitatea de socializare determinând transmiterea de cunoştinţe, formarea de convingeri şi deprinderi menite să-i faciliteze integrarea în mediul social dar şi succesul în lupta cu mediul natural.

Reuşita integrării omului în cele două medii – social şi natural se realizează şi prin intermediul comunicării.

Prin statutul şi rolul pe care îl are în societate, poliţistul, ca reprezentant al unei instituţii fundamentale a statului social, democratic, de drept, trebuie să fie în măsură să relaţioneze legal, moral, cu toate categoriile de cetăţeni cu care vine în contact, cu toţi cei cărora le prestează servicii specializate iar pentru a-şi îndeplini atribuţiile, este necesar să stăpânească bine comunicarea.

Înainte de a fi poliţist, acesta este om, necesitatea de a comunica, de a interacţiona cu ceilalţi fiind evidentă, iar în funcţie de modul cum va şti să aplice regulile comunicării va putea să se integreze corect în comunitatea căreia îi aparţine.

Scanned with OKEN Scanner

Contextul social în care ne aflăm, ne determină să facem faţă, să ne adaptăm – atât ca simplii cetăţeni cât şi ca poliţişti – la afluxul informaţional căruia îi suntem supuşi şi faţă de care trebuie să luăm o atitudine, să adoptăm o anumită conduită.

1. COMUNICAREA ŞI ELEMENTELE SALE

Termenul de **comunicare** derivă din latinescul **comunis,** care înseamnă comun. A comunica nu înseamnă numai a emite sunete şi cuvinte ci înseamnă în acelaşi timp a gândi şi a cunoaşte.

În viaţa de zi cu zi, oamenii şi în special poliţiştii se confruntă cu diferite situaţii care cer comportamente specifice şi modele de comunicare adecvate. Astfel, ei trebuie să dispună de o adevărată cultură a comunicării respectiv cum să vorbească, unde, când, în ce situaţie, pentru a relaţiona eficient şi în mod legal cu toate categoriile de cetăţeni cu care vine în contact.

Raportată la acţiuni şi situaţii, la multitudinea formelor şi nivelurilor de relaţii interumane, comunicarea poate căpăta o multitudine de sensuri şi de nuanţe.

Comunicarea poate fi definită drept, acţiunea de „a face cunoscut, a informa, a spune, a transmite[1]" fiind prin importanţa sa o activitate umană căreia fiecare dintre noi trebuie să îi acordăm atenţia cuvenită.

Comunicarea umană se poate desfăşura sub următoarele forme-verbală şi nonverbală.

Indiferent de modul cum se realizează comunicarea, aceasta trebuie să reunească cumulativ următoarele elemente:

- un emiţător;
- un mesaj;
- un cod;
- unul sau mai mulţi receptori;
- o reacţie de răspuns (feed-back).

Emiţătorul – este persoana care transmite idei, gânduri, face cunoscută o stare de fapt, informează în legătură cu situaţii, evenimente, intenţii, oferte. Are un rol foarte important în comunicare, întrucât, în funcţie de modul în care se efectuează emiterea ideilor se realizează şi o comunicare în parametrii optimi.

Deşi are un rol preponderent în iniţierea comunicării şi participă cu aspecte ce ţin de procesele psihice (gândire, memorie, imaginaţie, afectivitate) dar şi cu elemente ale personalităţii (temperament, caracter, voinţă, motivaţie, aptitudini), el nu poate controla deplin ansamblul procesului de comunicare. Emiţătorul ca promotor, iniţiator al comunicării nu trebuie confundat cu mijlocul tehnic – emiţător radio, televiziune, telefon sau alt aparat.

Mesajul - reuneşte ideile şi noţiunile pe care emiţătorul doreşte să le transmită în actul comunicării. Acesta poate să furnizeze informaţii diverse despre calităţile şi trăirile psihice ale emiţătorului.

---

[1] Noul dicţionar universal al limbii române – Editura Litera, Bucureşti 2006, pag.276

Scanned with OKEN Scanner

Codul - este forma pe care o „îmbracă" mesajul. Comunicarea nu se poate realiza în absența a două elemente fundamentale – limba și limbajul.

Limbajul poate fi definit drept „o formă specifică de activitate umană prin care se realizează comunicarea dintre oameni, cu ajutorul limbii.

Dată fiind complexitatea muncii de poliție și cerințele care-i sunt impuse, polițistul este pus în situația de a folosi cu făptuitori, învinuiți, victime, martori, experți, reprezentanți ai autorităților judiciare – un limbaj ce conține multe expresii cu grad de răspândire relativ redus în societate cu termeni pe care alții nu-i utilizează frecvent sau nu le înțeleg sensul. De asemenea, uneori, pentru a respecta principiul confidențialității și secretizării muncii, polițistul este obligat prin lege să comunice folosind un limbaj criptic, codificat, codul fiind cunoscut numai de cel ce emite și de cel ce recepționează mesajul.

Persoanele din anumite medii infracționale – hackerii, consumatorii, distribuitorii și producătorii de droguri, proxeneții, hoții din buzunare, spărgătorii de locuințe, cei aflați în stare de reținere sau arest recurg frecvent în comunicarea cu cei ce au preocupări similare la un limbaj total codificat, sub forma argoului, în vreme ce alte persoane, din dorința de a ieși în evidență utilizează expresii din categoria jargonului.

Evident, pentru a preveni și combate comiterea de fapte antisociale, pentru a proba vinovăția unor persoane, pentru polițist este absolut necesar să cunoască și acest gen de limbaj.

Limba este „un sistem complex de comunicare socială ce cuprinde noțiuni de fonetică, lexic și gramatică, istoriceşte constituit, în scopul comunicării dintre oameni[1]. Polițistul român trebuie să cunoască foarte bine limba română deoarece pe de o parte este limba oficială a statului dar în același timp este și mijlocul prin care se realizează comunicarea. Stăpânirea limbii române este o condiție care-i asigură polițistului succesul muncii sale, iar o realitate a statului social, democratic de drept este asigurarea prin Constituția României a dreptului minorităților etnice de a-și conserva identitatea, deci și limba. De aceea, polițistului îi este recomandat să învețe limba minorităților aflate pe raza sa de competență, dar la fel de bine este să învețe limba de circulație internațională deoarece se poate relaționa mai corect cu cetățenii străini aflați momentan pe teritoriul românesc.

Receptorul – este practic destinatarul mesajului, este cel care primește mesajul.

Feed-back-ul – sau reacția de răspuns, este partea finală a procesului comunicării, în care se realizează de obicei o schimbare de atitudine din partea receptorului.

Pentru polițistul care acționează – în funcție de contextul în care se află – preventiv sau folosind forța este absolut necesar ca reacția de răspuns a receptorului să fie cea așteptată, corectă și în concordanță cu legea.

Privită în context social, comunicarea polițistului cu membrii comunității, cu cetățenii în general trebuie să ducă în final la cunoașterea stării moral-

[1] Dicționarul explicativ al limbii române, Ed Enciclopedică și științifică, București, 1978, pag.556.

Scanned with OKEN Scanner

psihice a populației pentru asigurarea unui climat de liniște și siguranță civică. Deseori, prin comunicare ca formă de interacțiune socială se asigură reinserția socială prin programe sociale a unor persoane care au încălcat legea, pentru a evita comiterea de noi infracțiuni și repedepsirea lor.

Polițistul trebuie să conștientizeze faptul că, prin specificul profesiei sale, prin natura atribuțiilor ce-i revin, el relaționează cu o diversitate de indivizi ce pot proveni din medii diferite, aparțin unor rase sau etnii diverse, au convingeri și nivel de cultură diferite și în consecință el trebuie să stăpânească bine „secretele" unei comunicări eficiente.

Indiferent de forma în care se realizează și de contextul în care se află cei care sunt implicați în actul comunicării acesta trebuie să îndeplinească 4 cerințe:

- mesajul să fie receptat – funcție de modul în care este emis;
- mesajul să fie înțeles;
- mesajul să fie acceptat;
- mesajul să determine o reacție, o modificare a conduitei.

Comunicarea este activitatea prin care omul relaționează cu semenii, evoluează, se desăvârșește ca personalitate, își satisface nevoile personale care sunt:

a) Nevoia de a spune - este nevoia de a transmite informații celor din jurul nostru. Permanent simțim nevoia să spunem ceva, să arătăm, să explicăm. Dacă simțim nevoia să spunem ceva semnificativ pentru noi și nu o facem, transmiterea informației se va realiza involuntar, inconștient, într-un mod mascat (Ex: prin stări de tensiune, anxietate, agresivitate).

Dar cum și ce spunem?

Comunicarea se realizează:

- 10% prin cuvinte. Mesajul verbal trebuie sa fie: clar, simplu, ușor de urmărit, să utilizeze un vocabular adecvat persoanei cu care vorbim.
- 30% prin tonul vocii (variații ale înălțimii sunetelor, tăria lor, rapiditatea vorbirii, calitatea vocii)
- 30% se realizează prin expresia privirii si a feței (un zâmbet, o încruntare, contactul vizual direct sau evitarea acestuia, durata contactului vizual, etc)
- 30 % se realizează prin expresia întregului corp - gesturi (mișcări ale mâinilor care susțin mesajul), poziția corpului, orientarea acestuia fata de interlocutor, proximitatea, contactul corporal;

b) Nevoia de a fi înțeles - Într-o relație de comunicare interpersonală sunt întotdeauna cel care spune, cel care ascultă și relația ce există între ei. În momentul în care se spune ceva, important este, ca mesajul să ajungă la celălalt în același fel în care s-a transmis, adică să fie *receptat și înțeles.*

Ex. Cetățean-polițist-relație oficială. Cetățeanul - în postura de victimă are nevoie de ajutor, transmite un mesaj „Am fost atacat pe stradă de doi indivizi și mi s-a furat portofelul, actele și banii".

Polițistul – „Liniștiți-vă și încercați să-mi descrieți persoanele pentru a putea să-i prindem mai repede. Vă asigur că vom face tot ceea ce este necesar

Scanned with OKEN Scanner

şi legal...".

c) Nevoia de a fi recunoscut -în orice schimb informaţional între două sau mai multe persoane, deci în orice proces de comunicare interpersonală apare nevoia de a fi recunoscut, nevoia ca celălalt să conştientizeze prezenţa mea, valoarea informaţiei pe care o transmit, etc. Nevoia de a fi recunoscut funcţionează în strânsă legătură cu următoarea nevoie, aceea de a fi apreciat, valorizat.

Ex. Poliţistul – „Trebuie să vă asiguraţi locuinţa, să o încuiaţi pe timp de noapte pentru a vă feri de eventualii infractori...".

Cetăţeanul – „O să ţin seama de sfatul dvs. şi o să fiu mai atent cu bunurile mele...".

d) Nevoia de a fi valorizat - este nevoia de a avea sentimentul că suntem importanţi pentru persoanele cu care stabilim relaţii de comunicare. Trăim într-o societate în care uneori suntem devalorizaţi. Se observă deseori ceea ce nu a făcut celălalt, nu şi ceea ce a făcut. Astfel de atitudini repetate, sterilizează relaţiile, slăbesc încrederea în forţele proprii, în capacităţile noastre de a realiza ceva.

Ex: Un poliţist duce la bun sfârşit un dosar foarte important. Obţine o primă, care nici măcar nu este oferită direct de sef, ci îi este oferită odată cu salariul de la contabilitate. El nu va simţi aprecierea pentru ceea ce a făcut. Uneori un simplu „Bravo", spus cu sinceritate, face mai mult decât orice prima.

e) Nevoia de a influenţa - reprezintă nevoia de a provoca o reacţie, o schimbare de opinii, credinţe, comportamente, atitudini.Poliţistul prin prisma activităţii profesionale corectează comportamentul persoanelor care încalcă normele de convieţuire socială.

Ex. Poliţistul – „Nu credeţi că decât să primiţi o amendă care v-ar face o gaură serioasă în buget mai bine a-ţi încerca să respectaţi regulile de circulaţie şi cu aceşti bani să vă luaţi ceva folositor?"

Cetăţeanul – „Aveţi dreptate, îmi dau seama că am greşit, o să-mi revizuiesc atitudinea".

2. FUNCŢIILE PROCESULUI DE COMUNICARE

Dacă se analizează comunicarea ca formă de activitate umană, ca modalitate de realizare a interacţiunii sociale, se poate identifica faptul că procesul comunicaţional îndeplineşte mai multe funcţii:

a) **Funcţia cognitivă** – adică funcţia de cunoaştere este cea care stă la fundamentul educaţiei umane, contribuie decisiv la socializarea individului. Prin funcţia cognitivă, se transmite experienţa de viaţă a predecesorilor, se fac cunoscute regulile, normele morale sau juridice ale sócietăţii, implicit pregătirea pentru viaţă.

b) **Funcţia informativă** – joacă un rol important în comunicare, deoarece permanent omul este supus unui aflux informaţional. Suntem informaţi

Scanned with OKEN Scanner

permanent şi transmitem semenilor informaţii de interes, care ne ajută să adoptăm o anumită conduită, să întreprindem sau nu anumite acţiuni. Poliţistul – primeşte informaţii de la membrii comunităţii, pe baza acestora desfăşoară activităţi specifice profesiei, fiind pus deseori în situaţia de a furniza la rândul său informaţii de interes pentru cetăţeni.

c) **Funcţia reglatoare** – este o funcţie importantă a comunicării pentru că deseori individului trebuie să i se inducă un anumit gen de comportament sau atitudine. Poliţistul, de cele mai multe ori este pus în postura de a induce prin comunicare o anumită conduită sau să corecteze anumite activităţi ce pot prejudicia relaţiile dintre oameni. Relaţiile oficiale în care se implică poliţistul îl pot însă pune şi în postura de receptor al unui mesaj de tip reglator.

d) **Funcţia formativă** – are un rol major în elaborarea unor opinii noi şi modificarea unor convingeri anterioare. Deseori, poliţistul este un formator de opinie, deoarece el are un anumit statut şi rol în societate, el trebuie să formeze convingeri vizând respectarea normelor de conduită impuse de societate.

e) **Funcţia de persuasiune** – exprimă acea capacitate de a influenţa prin comunicare conduita unei persoane, convingând-o de justeţea intervenţiei emiţătorului. Frecvent, pentru a putea gestiona corect situaţiile şi stările conflictuale, tensionale sau de risc, dar mai ales pentru a putea să acţioneze preventiv, poliţistul trebuie să facă apel la funcţia persuasivă a comunicării.

f) **Funcţia educativă** - este o funcţie importantă a comunicării deoarece educaţia la care este supus individul este o parte importantă a procesului socializării, fiecare comunitate încercând să-şi educe membrii în conformitate cu interesele sale. Se poate afirma că în activitatea profesională a poliţistului, acesta este supus funcţiei educative dar în acelaşi timp el participă activ la educarea populaţiei îndeosebi a categoriilor de persoane vulnerabile pentru a evita riscul de a fi victimizate, făcând educaţie antiinfracţională.

h) **Funcţia de divertisment** - este regăsită în activităţile distractive, în cele în care o stare de veselie, de destindere este indusă şi prin limbajul verbal sau nonverbal în care se comunică. Deseori, o ironie fină, o glumă bine plasată are darul să detensioneze o relaţie dovadă un dicton latin făcea afirmaţia – „ridendo castigat mores"! – „râzând îndreptăm moravurile!".

i) **Funcţia cathartică** – se întâlneşte atunci când fiecare dintre noi, acumulăm tensiuni, suntem puternic marcaţi de anumite trăiri şi pentru a ne detensiona, cerem sfaturi, facem confidente. În activitatea poliţienească, funcţia cathartică a limbajului este întâlnită în relaţia poliţist – victimă, făptuitor, martor. Cel care face o confidenţă investeşte multă încredere în interlocutor, aşteaptă ca acesta să-l înţeleagă, să-l consilieze, mizează pe discreţia sa. Poliţistul – persoana căreia i se fac multe confesiuni, trebuie să respecte strict deontologia poliţienească, să respecte principiile confidenţialităţii şi secretizării muncii.

g) **Funcţia managerială** - face referire la capacitatea limbajului, a comunicării de a facilita buna conducere a unor colectivităţi, a unor structuri profesionale. Este foarte importantă în obţinerea unor rezultate bune în activitatea profesională.

Scanned with OKEN Scanner

3. COMUNICAREA ÎN ACTIVITATEA PROFESIONALĂ

Fiecare dintre noi, în funcţie de trebuinţele pe care le resimţim, de structura psihică, de statutul şi rolul pe care - l avem în grup, colectivitate, comunitate sau societate, de interesele generale sau momentane care ne animă, interacţionăm în cadrul structurii căreia îi aparţinem, interacţiune ce se face prin intermediul comunicării.

Interacţiunea socială şi în mod implicit, comunicarea se face plecând în primul rând de la relaţia ce există între indivizi sau între grupuri.

Din diferite motive, dar îndeosebi din faptul că şi acum poliţistul este încă perceput de o bună parte a populaţiei ca fiind exponentul forţei, interacţiunea poliţist – cetăţean este încă perfectibilă, chiar deficitară.

Pentru a realiza fără sincope interacţiunea socială este necesar ca poliţistul să cunoască printre altele câteva „axiome" ale comunicării, după cum urmează:

1. Este imposibil să nu comunici. În mod permanent, omul, voit sau nu, furnizează fie verbal, fie nonverbal informaţii despre trăirile sale, despre atitudinea pe care o are faţă de un eveniment, faptă, întâmplare. Comunicăm chiar şi atunci când nu dorim să o facem, transmitem voluntar sau involuntar informaţii despre starea noastră de moment. Paradoxal este că şi atunci când nu dorim să comunicăm, în forma orală sau scrisă, un mesaj totuşi emitem în forma nonverbală, suntem percepuţi, evaluaţi, ni se descifrează limbajul nonverbal. Uneori şi tăcerea, refuzul comunicării, este practic o formă de comunicare, şi atunci când tăcem emitem, de fapt, un mesaj dar pe o altă cale, într-o altă formă, cu alt gen de limbaj, iar un om pregătit va fi în măsură să decodifice mesajul nostru chiar dacă acesta, aparent, nu există.

2. Orice comunicare se desfăşoară simultan pe două planuri – conţinut şi relaţie. Interacţiunea socială este o problemă de relaţionare. O relaţionare corectă atrage după sine o creştere a interesului receptorului faţă de mesajul primit şi în mod implicit şi faţă de emiţător. În momentul în care, relaţia emiţător – receptor este agreabilă, plăcută, părţile încep să manifeste interes şi se preocupă nu numai de relaţia stabilită între ei ci şi de conţinutul mesajului.

Poliţistul care este competent să stabilească relaţii corecte, apropiate, fireşti, umane cu membrii comunităţii sau colectivităţii unde lucrează are şansa de a-i fi acceptat cu mai multă uşurinţă mesajul pe care-l transmite, şi astfel, să obţină schimbarea de atitudine pe care o sconta.

3. Comunicarea este ireversibilă. Comunicarea, prin faptul că presupune transmiterea de informaţii, este supusă modului specific de mişcare a informaţiei: cel care transmite informaţia, rămâne în continuare posesorul acesteia, dar pierde controlul asupra conţinutului mesajului transmis. Aceasta determină efecte pe care emiţătorul nu le poate controla. În cazul unor efecte nedorite, mesajul emis nu mai poate fi retractat. Pot fi aduse corecturi, dacă s-a făcut o greşeală, dar nu se poate şterge totul pentru a reveni la situaţia iniţială. Mai mult, un mesaj transmis public şi retractat sau corectat, de obicei creează probleme.De aceea poliţistul nu trebuie să umilească, să ridiculizeze sau, mai grav, să jignească interlocutorul.

Scanned with OKEN Scanner

Această particularitate a comunicării – ireversibilitatea – ne obligă, indiferent de statutul social avut, de treapta ierarhică pe care ne situăm să manifestăm respect față de cei cu care relaționăm dacă dorim să fim apreciați drept oameni educați, manierați, cu bun simț.

4. Comunicarea implică procese de acomodare și adaptare. Nu întotdeauna comunicăm în mediul cel mai favorabil, în contextul care ne face plăcere. De aceea, este necesar, ca ambele părți implicate în actul comunicațional să se acomodeze cu contextul în care se află, să se adapteze la cerințele de moment ale situației în care trebuie să comunice.

În general, dacă are o bună motivație, omul se poate adapta relativ repede la situații dintre cele mai diverse, fapt ce implică o voință sporită.

Relația polițist – cetățean nu este mereu o relație amicală, deși ar trebui să fie. Polițistul acționează exclusiv în beneficiul oamenilor, apără interesele legitime ale acestora, dar nu întotdeauna acțiunile sale sunt apreciate de toți membrii comunității. Pentru o interacțiune socială corectă,el trebuie să-și acomodeze comunicarea la contextul în care aceasta se desfășoară, iar pentru a deveni armonioasă, comunicarea are nevoie de sincronizare, acomodări și ajustări atât la nivelul codului de exprimare, cât și la nivelul percepțiilor și trăirilor subiective.

Noua concepție de lucru în Poliția Română este axată pe apropierea de cetățean, de problemele acestuia și acest lucru se poate realiza numai prin comunicare. Interacțiunea socială pozitivă presupune din partea polițistului: respectarea drepturilor și libertăților fundamentale, respectul față de cetățean și problemele acestuia, disponibilitate, spirit civic. Legat de acesta din urmă putem afirma că reprezintă o coordonată esențială a activității polițistului. Spiritul civic sau civismul presupune în primul rând acțiune. Acțiune concretă, orientată spre societate în care individul să devină prosocial, adică să mute accentul dinspre ego spre ceilalți. Civismul se formează doar în condițiile interacțiunii intense a cetățenilor. Din acest punct de vedere polițistul este privilegiat pentru că el este permanent și direct în mijlocul societății având astfel toate premisele pentru a fi un cetățean cu un înalt spirit civic.

Totodată însă civismul presupune interacțiunea cu elementele pozitive ale societății adică exact ceea ce-i lipsește polițistului mai mult decât altor categorii profesionale. Este adevărat, el relaționează mai mult decât alții, însă această relaționare are loc mai ales la nivelul aspectelor negative ale societății, motiv pentru care polițistul trebuie pregătit să reziste la toate aceste presiuni în procesul propriei interacțiuni sociale.

Pentru a-și îndeplini eficient sarcinile de serviciu polițistul trebuie să respecte următoarele **cerințe**:

- să aibă întotdeauna o ținută corespunzătoare;
- să fie foarte bine pregătit profesional;
- să folosească enunțuri corecte;
- să aibă un vocabular bogat și adecvat persoanelor cu care comunică;
- să fie atent la limbajul nonverbal, atât la cel propriu cât și al interlocutorului;
- să știe să asculte. Aceste aspecte vor fi dezvoltate în temele viitoare.

Scanned with OKEN Scanner

Pe lângă faptul că poliţistul interacţionează zilnic cu cetăţenii, el este şi membru al unui grup profesional, alături de care îşi petrece, uneori, mai bine de jumătate din timpul unei zile.

Procesul de comunicare este fundamental în organizarea oricărui grup social, deoarece în afara lui, nu este posibilă nici interacţiunea socială nici coordonarea conştientă, cooperarea şi influenţa reciprocă a indivizilor în colectivitate.

Comunicarea este importantă nu doar din dorinţa de informare şi de contact, de legătura cu semenii, ci şi pentru construirea propriului statut social şi profesional.

De modul în care comunicăm depinde formarea coeziunii în cadrul grupului de muncă, a solidarităţii şi spiritului de echipă, fapt ce se va reflecta în activităţile desfăşurate. Se întâlnesc două căi pe care le poate parcurge comunicarea: **reuniunea şi separarea**.

Reuniunea conduce la coeziune şi presupune:

1) *Iniţierea comunicării*

În această primă etapă, oamenii se studiază reciproc, îşi verifică credinţele şi atitudinile. Este o etapă importantă pentru cei nou veniţi şi totodată foarte grea deoarece atenţia este divizată pe două planuri - pe de o parte trebuie să fie atenţi la ceea ce au de rezolvat ca sarcină de serviciu, iar pe cealaltă parte ei trebuie să relaţioneze cu ceilalţi, ceea ce presupune un efort mai mare din partea lor. În asemenea prime momente sunt necesare câteva exerciţii de „spargere a gheţii" şi dezvoltarea unui climat relaxant şi pozitiv în cadrul grupului.

Ex. Un zâmbet, o urare de bun venit, o încurajare, o vizită prin sediul instituţiei, o remarcă politicoasă.

2) Experimentarea comunicării

Persoanele depun mai mult efort în a căuta experienţe şi interese comune.

Se pun întrebări despre preferinţe, hobby-uri, se caută puncte comune în activităţile extraprofesionale, se dezbat subiecte cu caracter general şi se formează păreri.

3) Intensificarea comunicării

În această a treia etapă, membrii echipei petrec mai mult timp împreună, încep să-şi spună lucruri personale, despre familie şi prieteni. Totodată, ei încep să-şi împărtăşească frustrările, imperfecţiunile şi prejudecăţile, ceea ce dovedeşte că a crescut simţitor încrederea. Îşi spun pe numele de alint, dezvoltă prescurtări în modul de a vorbi, coduri personale şi glume pe care le înţeleg numai ei. Adevărul capătă mare importanţă în cadrul discuţiilor. Deschiderea majoră spre celălalt şi spre echipă este un risc pe care fiecare şi-l asumă dar ea ajută la evoluţia relaţiei de comunicare.

4) Integrarea

Fiecare membru în parte este capabil într-o mare măsură să prezică şi să explice comportamentul unui alt membru. Această etapă conturează deja atingerea unui grad de coeziune ridicat în grup; echipa lucrează extrem de

Scanned with OKEN Scanner

eficient împreună, membrii au roluri bine definite şi acceptate se lucrează armonizat, sistematic.

5) Obligaţiile reciproce

În acest stadiu se fac câteva angajamente formale, iar respectarea acestora este foarte importantă pentru rezolvarea sarcinilor profesionale.

Aceste etape pot fi parcurse în întregime doar de acele persoane din cadrul grupului profesional,care manifestă compatibilitate emoţională, caracterială, temperamentală etc.

Separarea conduce la conflict şi presupune:

1) *Diferenţierea comunicării*

În această primă etapă apare centrarea nu pe ceea ce-i apropie pe membrii echipei, ci pe ceea ce-i desparte, pe elementele de diferenţă dintre ei. Aceste diferenţe, uneori recunoscute şi tolerate anterior prezentei etape, devin puncte centrale pentru discuţii şi argumentări în contradictoriu. Coechipierii îşi găsesc arii de interes noi şi vorbesc din ce în ce mai puţin despre asta în cadrul echipei respective.

2) *Superficializarea comunicării*

Din ce în ce mai puţină informaţie este schimbată de către membrii echipei. În acest stadiu, fiecare sursă de conflict în interrelaţionările multiple din grup este reprimată încă din faşă, pentru a se evita certurile. Conversaţia devine superficială. De reţinut că în acest moment, turnura negativă a interrelaţionărilor se mai poate schimba dacă se doreşte cu adevărat şi se găseşte calea cea mai bună de comunicare. Membrii echipei aflaţi în acest stadiu al relaţiei îşi acoperă problemele de relaţionare, îşi dezvoltă o mască pentru cei situaţi în afara echipei.

3) *Stagnarea comunicării*

Este un timp de inactivitate în relaţionările din interiorul echipei. Membrii acesteia se limitează strict la relaţionările cerute pentru realizarea sarcinii; în acelaşi timp se simt frustraţi de inabilitatea lor de a comunica între ei aspecte afective. Întinderea acestei stări în timp depinde şi de alţi factori ca de pildă, „recompensele" pe care membrii le pot primi din partea şefului dacă rezolvă corect sarcinile.

4) *Evitarea şi terminarea comunicării*

În această etapă, partenerii din echipă încearcă să se evite, refuză interrelaţionările, uneori conflictul este transferat către cetăţean de exemplu, sau spre familie şi cei apropiaţi.

Trebuie remarcat că cele nouă stadii enumerate până acum sunt extrem de flexibile şi adaptabile, în sensul că anumite etape pot să fie incluse în altele, importanţa lor poate scădea până a deveni subetape pentru alte stadii sau dimpotrivă.

Pentru poliţist este absolut necesar şi obligatoriu să stăpânească bine toate cerinţele comunicării, să conştientizeze importanţa ei în viaţa personală dar îndeosebi în planul profesional.

Scanned with OKEN Scanner

A relaționa bine cu membrii familiei, cu prietenii, vecinii, membrii comunității, cu șefii și colegii este benefic atât pentru polițist cât și pentru cei din jur. La o bună relaționare, contribuie mai ales comunicarea și de aceea se impune ca polițistul să se preocupe de propria pregătire și în acest domeniu.

O comunicare profesionistă, corectă, are un impact profund asupra polițistului, proiectează o imagine favorabilă despre sine și implicit despre instituția polițienească. Pentru a atinge acest deziderat, este necesar ca pregătirea în domeniul comunicării să se realizeze încă din perioada formării profesionale, urmând a fi continuată permanent.

Scanned with OKEN Scanner

TIPURI DE COMUNICARE

Comunicarea reprezintă principala dimensiune a fiecăruia dintre noi, devenind atât de prezentă în viaţa noastră, încât nici nu mai e percepută ca o activitate distinctă.

Constatăm că desfăşurăm o multitudine de activităţi de comunicare, sub aproape toate formele sale, fără ca acest lucru să fie intenţionat.

În funcţie de criteriul luat în considerare distingem mai multe clasificări ale comunicării. Astfel, Ioan Drăgan – specialist în comunicare, are ca principale criterii de clasificare:

a) modalitatea sau tehnica de transmitere a mesajului;

În funcţie de aceasta există:

- **comunicare directă** – atunci când mesajul este transmis prin mijloace primare (cuvânt, gest, mimică), iar această comunicare poate fi la rândul ei **orală** sau **nonverbală** şi presupune contactul direct (faţă în faţă) cu părţile implicate în procesul comunicaţional.
- **comunicare indirectă** – atunci când se folosesc tehnic secundare (scriere, tipăritură, semnale transmise prin unde hertziene, cablu, semne grafice). În cadrul acesteia distingem :
- comunicare imprimată (presă, reviste, cărţi, etc.);
- comunicare înregistrată (film, disc, bandă magnetică);
- comunicare prin fir (telefon, telegraf, cablu, fibră optică);
- comunicare radiofonică (radio, TV.).

b) în funcţie de modul în care individul sau indivizii participă la procesul de comunicare:

- comunicare intrapersonală (cu sinele, în forul său interior);
- comunicare interpersonală (de grup, între indivizi, în cadrul grupului, organizaţiei);
- comunicare de masă (pentru publicul larg de către instituţii specializate cu mijloace specifice);

c) după modul de realizare a procesului de comunicare, în funcţie de relaţia existentă între indivizi în cadrul unei organizaţii, astfel:

- ascendentă – de la nivelul inferior de organizare la cel superior (de la subordonat la manager);
- descendentă – de la nivel superior la cel inferior;
- orizontală – realizată între indivizi situaţi pe poziţii ierarhice similare sau între compartimentele unei organizaţii în procesul de colaborare.

Cu un specific aparte, avem:

- paralimbajul – reprezintă mesajele ce se transmit prin pauze, tăceri, schimbarea tonalităţii;
- metacomunicarea – înţelesul de dincolo de înţeles:
  - ce a spus emiţătorul;

Scanned with OKEN Scanner

- ce a intenţionat să spună;
- ce a înţeles receptorul (ce crede că a spus emiţătorul).

Când se întâlnesc cele 3 niveluri se realizează metacomunicarea.

- Comunicarea culturală – atunci când comunicăm cu conaţionali de ai noştri de alte etnii, nu doar limbajul este principalul instrument de care trebuie să ţinem seama. Foarte importantă este cultura – adică ceea ce ne individualizează în raport cu ceilalţi. Acest element determină trăsături specifice de rasă şi naţionalitate.

Din punct de vedere **al codificării mesajului**, la modul general, întâlnim trei forme fundamentale de comunicare:

1. COMUNICAREA ORALĂ

În procesul de comunicare pot fi identificaţi o serie de factori care impun acestui act specific uman un **caracter individual**, care fac comunicarea individualizată, **specifică fiecărui vorbitor**.

Pentru realizarea unei comunicări orale **eficiente, poliţistul aflat în postura de emiţător (vorbitor) trebuie să respecte următoarele cerinţe** în transmiterea mesajului:

claritate – organizarea conţinutului de comunicat astfel încât acesta **să poată fi uşor de urmărit**: folosirea unui vocabular adecvat temei şi auditorului; o pronunţare corectă şi completă a cuvintelor;

acurateţe – presupune folosirea unui vocabular **bogat şi exact** pentru a putea exprima **sensurile dorite**; cere exploatarea completă a subiectului de comunicat;

empatie – vorbitorul trebuie să fie deschis tuturor interlocutorilor, încercând să înţeleagă situaţia acestora, poziţiile din care adoptă anumite puncte de vedere, să încerce să le înţeleagă atitudinile, manifestând în acelaşi timp amabilitate şi prietenie;

sinceritate – presupune a spune exact ceea ce gândeşti, loialitate, concordanţă între gând, cuvânt şi faptă;

atitudinea – evitarea mişcărilor bruşte în timpul vorbirii, a poziţiilor încordate sau a unora prea relaxate, a modificărilor bruşte de poziţie, a scăpărilor de sub control a vocii;

contactul vizual – este absolut necesar în timpul dialogului, toţi participanţii la dialog trebuie să se poată vedea şi să se privească, contactul direct, vizual, fiind o probă a credibilităţii şi a dispoziţiei de dialog;

înfăţişarea – reflectă modul în care te priveşte pe tine însuţi; ţinuta, vestimentaţia, trebuie să fie adecvate la locul şi la felul discuţiei, la statutul social al interlocutorilor;

postura – poziţia corpului, a mâinilor, a picioarelor, a capului, a spatelui, toate acestea trebuie controlate cu abilitate de către vorbitor;

vocea – urmăriţi dacă sunteţi auziţi şi înţeleşi de cei care vă ascultă, reglaţi – vă volumul vocii în funcţie de auditoriu, de distanţa până la interlocutori, faţa de zgomotul de fond;

Scanned with OKEN Scanner

viteza de vorbire – trebuie să fie adecvată interlocutorilor şi situaţiei; nici prea mare, pentru a indica urgenţa, nici prea înceată, pentru a nu pierde interesul ascultătorilor;

pauzele de vorbire – sunt recomandate atunci când vorbitorul doreşte să pregătească auditoriul pentru o idee importantă.

Postura de receptor (ascultător) este o activitate de maximă importanţă pentru poliţist, de aceea este necesar să se ţină seama de modul cum se face:

auzirea – actul automat de recepţionare şi transmitere la creier a undelor sonore generale de vorbirea emitentului; exprimă impactul fiziologic pe care-l produc undele sonore şi se transformă în ascultare;

înţelegerea – actul de identificare a conţinutului informativ comunicat, recompunerea sunetelor auzite în cuvinte, a cuvintelor în propoziţii şi fraze;

traducerea în sensuri – implică memoria şi experienţa lingvistică, culturală, de vorbire a ascultătorului, decodificarea informaţiei;

atribuirea de semnificaţii informaţiei receptate – în funcţie de nivelul de operaţionalizare a limbii, a vocabularului, a performanţelor lingvistice, plasarea în context;

evaluarea – efectuarea de judecăţi de valoare sau adoptarea de atitudini valorice din partea ascultătorului.

Acum, după ce am detaliat fazele ascultării, înţelegem că o comunicare verbală nu este deplină dacă în relaţie nu se află şi un receptor; o bună comunicare, o reuşită a acesteia, depinde şi de atitudinea ascultătorului. Iată, deci, care sunt calităţile unui bun ascultător;

disponibilitatea pentru ascultare – încercarea de a participa activ la ceea ce se comunică, de a urmări ceea ce se transmite;

manifestarea interesului – a asculta astfel încât să fie evident că cel care vorbeşte este urmărit: celui care vorbeşte trebuie să i se dea semnale în acest sens;

ascultare în totalitate – nu vă grăbiţi să interveniţi într-o comunicare; lăsaţi interlocutorul să-şi expună toate ideile, să epuizeze ceea ce vrea să spună;

urmărirea ideilor principale – nu vă pierdeţi în amănunte: dacă cereţi reveniri asupra unui subiect, încercaţi să vă referiţi la ideile principale din ceea ce a fost spus şi nu insistaţi pe lucruri fără importanţă;

ascultarea critică – ascultaţi cu atenţie şi identificaţi cu exactitate cui îi aparţin ideile care se comunică: interlocutorului sau altcuiva.

concentrarea atenţiei – concentraţi-vă pe ceea ce se spune, nu pe ceea ce nu se spune, pe efectele secundare ale comunicării sau pe cele colaterale care pot să apară în timpul comunicării;

luarea de notiţe – ajută la urmărirea mai exactă a ideilor expuse; permite elaborarea unei schiţe proprii a ceea ce a fost expus;

susţinerea vorbitorului – o atitudine pozitivă şi încurajatoare din partea auditoriului pentru a permite emitentului să izbutească în întreprinderea sa.

Interpretarea mesajelor

Scanned with OKEN Scanner

Forma cea mai cunoscută de interpretare a mesajelor este raţionamentul logic care aşa cum se ştie, are la bază procesul de ordonare a conotaţiilor termenilor şi a relaţiilor în care apar aceştia în judecăţile pe care le facem în enunţurile noastre în procesul gândirii.

2. COMUNICAREA SCRISĂ

Este cunoscut faptul că nu numai în cadrul Ministerul Internelor şi Reformei Administrative, dar şi în toate celelalte instituţii ale statului, modul de redactare, de elaborare a documentelor poate facilita sau dimpotrivă, poate frâna mersul activităţii unităţii respective. Acest mod de redactare poate fi interesant, persuasiv, eficient sau neinteresant, fad, necorespunzător.

Indiferent de nivelul de reprezentare, orice instituţie (sau în cadrul structurilor Ministerul Internelor şi Reformei Administrative, orice birou, compartiment, secţie sau post de poliţie), in cadrul activităţii pe care o desfăşoară foloseşte şi corespondenţa administrativă, adică: procese-verbale, rapoarte, cereri, referate, contestaţii, etc.

Este nevoie ca această corespondenţă, care reprezintă de cele mai multe ori nu numai persoana care o emite, dar si instituţia din care face parte aceasta, să fie bine organizată, inteligent concepută si operativă.

Există cinci reguli de etichetă ale comunicării scrise:

1. c***orectitudinea datelor de identificare ale destinatarului:*** scrierea corectă a numelui, prenumelui, titlurilor şi adresei;

2. ***adresarea*** - se face o distincţie clară între corespondenţa oficială şi cea informală. Umorul şi familiarismul se încadrează în prima categorie. Adresările de tipul *„Stimate Doamnă, Stimată Domn, Cu stimă"*, sunt corecte în probleme de rutină, dar impersonale şi inadecvate atât în relaţiile amiabile, cât şi în cazul reclamaţiilor sau somaţiilor;

3. ***confidenţialitate*** - enunţă menţiunile uzuale şi graduale privind acest aspect *„Confidenţial","Personal", „Personal şi confidenţial"* şi *„Secret"*. Respectivele menţiuni limitează accesul la document;

4. ***dimensiunile comunicării scrise*** – rapoartele prea groase, lungi şi complicate, descurajează la prima vedere şi denotă o posibilă lipsă de respect pentru timpul şi rangul destinatarului;

5. ***stilul şi tonul comunicării*** – invitaţia, de pildă, nu trebuie să semene cu un *„convocator"*, iar rugămintea nu poate fi luată ca o somaţie.

În cadrul structurilor din cadrul Ministerul Internelor şi Reformei Administrative, corespondenţa administrativă reprezintă legătura permanentă sau periodică între instituţie si fiecare lucrător în parte, constituind de fapt consemnarea scriptică a activităţilor desfăşurate.

Pentru organele de poliţie, formele de corespondenţă administrativă cel mai des utilizate sunt: procesul-verbal, raportul, referatul, contestaţia.

Scanned with OKEN Scanner

2.1. Elementele lucrărilor de corespondenţă administrativă

Forma de prezentare a unui document îl reprezintă, aşa cum am menţionat, nu numai pe emitent dar şi instituţia din care acesta face parte. De aceea, documentul respectiv trebuie sa fie nu numai corect redactat, dar si corect reprezentat din punct de vedere grafic si estetic.

Lucrările de corespondenţă administrativă, fie că se scriu pe formulare sau pe coli de hârtie, trebuie să cuprindă următoarele elemente:

- antetul;
- numărul şi data înregistrării;
- cui i se adresează;
- obiectul (textul) corespondenţei;
- formula de încheiere;
- semnătura.

a) Antetul – este alcătuit din denumirea şi adresa unităţii emitente, la care se poate adăuga denumirea organului central ierarhic superior sau a compartimentului emitent.

Anteturile pot fi de două feluri: centrale si laterale.

În cadrul structurilor M.I. se folosesc mai mult anteturile laterale, care se consemnează atât pe format A_4 cât şi pe format A5 (1/2 coală)

Antetul lateral se plasează la 5-10 diviziuni de marginea stângă a paginii (în funcţie de mărimea lui şi marginea fixată pentru text); el nu poate depăşi mijlocul textului.

Aşezarea antetului se face în raport cu rândul lui cel mai lung, faţă de care celelalte rânduri trebuie să aibă o poziţie simetrică.

Anteturile se scriu, în general, cu majuscule.

Părţile de valoare secundară sau accesorii se pot scrie cu litere mici. Nu se vor folosi ambele forme în scrierea aceluiaşi rând sau a mai multor rânduri al căror text formează din punct de vedere al conţinutului, un tot unitar.

b) Numărul şi data înregistrării – constituie elemente de mare importanţă. Ele determină identitatea documentului respectiv, momentul de la care curg obligaţii (de a răspunde la o contestaţie, de a pune în aplicare un ordin etc.) şi stau la baza clasării numerice şi cronologice.

Numărul şi data se scriu în general sub antet, ca şi cum ar face parte din acesta, sau în dreapta lucrării, în partea opusă antetului, în dreptul rândului al doilea al acestuia.

Denumirea lunii este preferabil să se scrie în litere.

c) Formula de adresare – menţionează funcţia conducătorului instituţiei căruia i se adresează documentul, însoţită de cuvântul "DOMNULE /DOAMNA" – ex. DOMULE INSPECTOR ŞEF, DOAMNA DIRECTOR etc.

Acestea se scriu cu majuscule, fără prescurtări si sunt întotdeauna urmate de virgula. Amplasarea lor se va face la mijlocul textului de scris, urmărind o anumita simetrie şi la circa o pătrime faţă de marginea de sus a hârtiei.

d) Textul corespondentei – se amplasează în centrul paginii, in raport cu celelalte elemente. Redactarea textului trebuie făcută cu grijă, conţinutul să fie

Scanned with OKEN Scanner

scurt, clar şi concis, în multe cazuri fiind prezentata pe scurt şi o motivare fundamentată.

Textul se începe la intervale de 3-4 rânduri de formula de adresare. În mod obişnuit, textul se scrie la interval de un rând sau un rând şi jumătate, cu spaţiu dublu între aliniate, pe ambele feţe ale colii de scris.

e) Formula de încheiere – este specifică în rapoartele întocmite în cadrul structurilor M.I.R.A.: "Faţă de cele raportate, (prezentate), rog dispuneţi", iar în situaţiile proceselor-verbale, referatelor, rapoartelor, contestaţiilor în cadrul instituţiilor civile, formula este deseori înlocuită cu "Faţă de cele constatate, (prezentate), propun..."

2.2. Raportul

În cadrul structurilor M.I.R.A., se operează frecvent cu ***raportul personal*** - prin care orice lucrător poate solicita sprijinul superiorilor pentru rezolvarea problemelor personale sau să sesizeze despre acţiunile sau dispoziţiile şefilor pe care le considera nedrepte.

Rapoartele personale, în structurile M.I.R.A. **sunt identificate cu sesizările, reclamaţiile sau cererile şi pot fi verbale sau scrise**. Cele scrise trebuie obligatoriu semnate. Cele nesemnate, indiferent de conţinutul lor nu vor fi luate în seamă, fiind considerate nule.

Din punct de vedere al elementelor pe care le conţin, rapoartele personale cuprind:

- ***Antetul*** – numele instituţiei din care face parte cel care întocmeşte raportul, biroul, catedra sau compartimentul, gradul, numele, prenumele si data;
- ***Titlul - RAPORT;***
- ***Către cine se adresează raportul;***
- ***Formula de introducere;***
- ***Conţinutul pe scurt al raportului;***
- ***Formula de încheiere;***
- ***Gradul şi semnătura*** – sub text în partea dreaptă.

În afara raportului personal utilizat în cadrul structurilor M.I.R.A., lucrătorii de poliţie întocmesc şi alte tipuri de rapoarte (raport cu rezultatul unor verificări întreprinse, raport de eveniment etc.).

2.3. Contestaţia

Este o formă de corespondenţă ***administrativă*** prin care autorul ei contestă, nu recunoaşte sau combate o hotărâre care îl prejudiciază.

Contestaţia este o formă a cererii oficiale, prin care se poate solicita amânarea, anularea sau suspendarea unei hotărâri a administraţiei.

Se pot face ***contestaţii*** în cadrul instituţiilor împotriva unor decizii de retrogradare, de sancţionare disciplinară sau împotriva calificativelor acordate.

Contestaţiile pot fi făcute de cetăţeni şi împotriva procesului verbal de constatare a contravenţiei prin care s-au aplicat sancţiuni pentru unele fapte ilicite de natură contravenţională, denumite generic „plângeri". În cazul întocmirii

Scanned with OKEN Scanner

procesului-verbal de constatare a contravenţiei de către organele de politie, persoana care nu este de acord cu sancţiunea aplicată va fi îndrumată să se adreseze secţiei de politie din care face parte agentul constatator cu o plângere (contestaţie) pentru a fi înregistrată în Registrul de evidenţă a proceselor verbale, după care va fi înaintată Judecătoriei pe raza căreia s-a comis fapta, pentru soluţionare.

În general, contestaţia se adresează organului superior celui care a luat hotărârea respectiva.

Ea trebuie să fie bine documentată şi fundamentată pentru a contesta decizia stabilită.

In general, contestaţia cuprinde:

- ***Formula de adresare (Domnule Preşedinte, Domnule Inspector Sef*** etc.***);***
- ***Prezentarea identităţii;***
- ***Prezentarea calităţii;***
- ***Expunerea pe scurt a solicitării;***
- ***Motivarea fundamentata a acesteia*** (aduce dovezi în favoarea sa);
- ***Data*** (în partea stângă);
- ***Semnătura contestatorului*** (în partea dreaptă);

În subsolul contestaţiei se va menţiona cui se adresează aceasta (de exemplu: ***Domnului Inspector Şef al Judeţului...***).

2.4. Adeverinţa

Este documentul emis de o instituţie la cererea unei persoane fizice, prin care se atestă un drept, un fapt, o situaţie.

Adeverinţa se eliberează pe baza unor acte, documente, registre etc., în care sunt consemnate elementele care fac obiectul adeverinţei. Ex: adeverinţa eliberată celor care urmează o formă de învăţământ, adeverinţa de salariu pe baza statelor de retribuţie etc.

Elementele adeverinţei sunt:

- ***antetul;***
- ***numărul şi data înregistrării;***
- ***titlul – ADEVERINTA;***
- ***atestarea dreptului său faptului respectiv;***
- ***indicarea scopului*** – "Prezenta a fost eliberată pentru a-i servi la...";
- ***semnăturile;***
- ***stampila unităţii emitente.***

2.5. Scrisoarea de trimitere de acte (adresa)

Are un caracter de largă generalizare. Ea păstrează forma unei adrese obişnuite, cu menţionarea în formula de introducere a cauzelor care au determinat trimiterea de acte, care se poate face:

- periodic (în cazul în care există un act normativ din care reiese această obligativitate);

Scanned with OKEN Scanner

- la cererea unui organ ierarhic superior sau a unui alt organ al administrației de stat, de justiție sau de control.

Actele trimise se enumeră în cuprinsul scrisorii de însoțire, iar la anexe este menționat numai numărul lor. În cazul în care scrisoarea însoțește acte de mare importantă sau cu un volum mare, la anexă se repetă titulatura fiecărui act și numărul de file al acestuia.

2.6. Scrisoarea de mulțumire

Este în primul rând o scrisoare de buna educație, dovedind capacitatea persoanei respective de a comunica în mod adecvat împrejurărilor.

Textul exprimă bucuria pricinuită de eventuale felicitări trimise, cât și respectul față de calitatea persoanei care l-a felicitat.

Scrisorile sunt de obicei scurte, redactate în stil oficial sau amical-familial, în funcție de natura relațiilor cu persoana căreia ne adresăm.

Ele conțin în afara titlului, mulțumirile propriu-zise pentru binefacerile în cauză, menționarea calităților pe care le are persoana care a satisfăcut rugămintea, o asigurare privind îndatorarea pe viitor față de acea persoană și o anumită formulă de încheiere.

2.7. Scrisoarea de felicitare

Cu texte de obicei scurte, prin care se transmit felicitări, laude, urări de bine, fericire cuiva cu prilejul aniversarii, Anului Nou, unor numiri în funcție, distincții, succese în muncă.

Se redactează în termeni cât mai călduroși, fără exagerări de stil. La primirea unei astfel de scrisori, trebuie să se răspundă cu o scrisoare de mulțumire.

La trimiterea scrisorilor de felicitare cu ocazia Anului Nou spre exemplu, este bine să:

- pregătiți o listă care să cuprindă numele și adresele corecte ale celor cărora doriți să le trimiteți felicitări;
- expediați corespondența cu cel puțin o săptămâna înaintea sărbătorilor de iarnă;
- când elaborați textele urărilor țineți cont de relația pe care o aveți cu destinatarul;
- semnătura trebuie să fie olografă.

2.8. Scrisoarea de recomandare

Textul prin care se recomandă o persoană este epistolar, arătând succint meritele acesteia. Scrisoarea trebuie să fie scurtă și să cuprindă referiri cât mai obiective la meritele, calitățile persoanei prezentate. Ea se încheie cu mulțumiri anticipate.

De regulă, se pune într-un plic deschis și se înmânează persoanei recomandate.

Scanned with OKEN Scanner

2.9. Invitația

Se caracterizează prin folosirea unor cuvinte, expresii şi construcţii pline de deferenţă. O notă protocolară este necesar să fie prezentă în toate compoziţiile textelor (introducere, cuprins şi încheiere).

De regulă, invitaţia oficială clasică este tipărită sau gravată cu negru pe o carte de vizită sau pe o hârtie cartonată, cu un caracter de litere tradiţionale. Acest gen de invitaţie denotă prestigiu, eleganţă şi integritate şi este folosită în relaţiile oficiale.

La trimiterea unei invitaţii este bine să:

- pregătiţi din timp lista participanţilor si adresele acestora;
- elaboraţi textul invitaţiei cât mai atractiv;
- furnizaţi date exacte despre ziua, ora, locul si motivul invitaţiei;
- specificaţi clar câte persoane se pot prezenta cu o invitaţie.

În afara acestor tipuri de scrisori mai există şi scrisori de reproş, de condoleanţe, scrisoare familială, amicală, de dragoste etc.

3. COMUNICAREA NONVERBALĂ

Alături de comunicarea verbală şi scrisă oamenii recurg, separat sau concomitent, la comunicarea nonverbală sau paraverbală.

Poliţistul foloseşte frecvent această formă de comunicare, în mod voit sau involuntar. Pentru el este foarte important să cunoască specificul comunicării nonverbale, deoarece „ea scapă în general controlului voluntar, conştient, creând posibilitatea de acces spre procesele psihice din sfera afectivităţii", fapt ce poate releva concordanţa/disconcordanţa dintre ceea ce spune individul şi adevăratele sale sentimente.

În contextul tipurilor de comunicare, comunicarea nonverbală prezintă interes atât datorită faptului că rolul este adesea minimalizat dar şi pentru că într-o comunicare orală cea mai mare parte din informaţie este percepută şi reţinută prin intermediul limbajului nonverbal (expresia feţei, gesturile, postura corpului etc.): **7% cuvinte, 38% paralimbaj** (intonaţia şi inflexiunile vocii) **55% limbaj nonverbal.**

Comunicarea nonverbală are, datorită ponderii ei mari în cadrul comunicării realizată de un individ un rol deosebit de important. Limbajul nonverbal poate sprijini, contrazice sau substitui comunicarea verbală.

Mesajul nonverbal este cel mai apropiat de realitatea emitentului şi este cel căruia i se acordă de către interlocutor atenţia cea mai mare. Astfel, de exemplu, constatăm adesea că, deşi interlocutorul susţine că spune adevărul, noi „simţim" că el minte, aspect deosebit de important pentru poliţist în munca sa.

Deprinderile de interpretare a semnalelor venite de la cele cinci simţuri ale omului, se dezvoltă pe tot parcursul vieţii, pe baza experienţei şi învăţării.

Scanned with OKEN Scanner

A. <u>Expresia feţei</u> - Comunicarea prin expresia feţei include **mimica, zâmbetul şi privirea.**

Tindem ca, involuntar, să zâmbim, să ne încruntăm, să rotim, să micşorăm sau să dilatăm pupilele. Faţa este cea mai expresivă parte a corpului şi expresia acesteia constituie un mijloc de comunicare inestimabil.

a) **Mimica** este cea care influenţează comunicarea în fracţiuni de secundă, prin capacitatea sa de a simula sau masca anumite atitudini. Faţa este cea mai expresivă parte a corpului, constituind un mijloc de exprimare inestimabil. Astfel, fruntea încruntată semnifică preocuparea, mânie, frustrare; sprâncenele ridicate cu ochii deschişi – mirare, surpriză; nas încreţit – neplăcere; nările mărite – mânie sau în alt context excitare senzuală, buze strânse – nesiguranţă, ezitare, ascunderea unor informaţii;

b) **Zâmbetul** – este un gest foarte complex, capabil să exprime o gamă largă de informaţii, de la plăcere, bucurie, satisfacţie, la promisiune, cinism, jenă.

Se spune că „nimeni nu este atât de bogat încât să nu aibă nevoie de un zâmbet şi nimeni nu este atât de nemernic încât să nu-l merite". Zâmbetul este un element de comunicare, un instrument, pentru că dezarmează, destinde atmosfera, declanşează sentimente de simpatie şi convinge mai uşor. „Un zâmbet cumpără totul şi nu costă nimic".

Zâmbetul comunică mai mult decât cuvintele, destinde atmosfera, declanşează simpatie şi convinge adesea mai bine decât orice discurs. În lipsa lui, colţurile buzelor coboară şi apare în jurul gurii o cută de amărăciune care în limbajul mimicii este un fel de acreală. Totuşi pentru oamenii de afaceri şi pentru manageri, a zâmbi mai rar este un semn al puterii şi al seriozităţii.

Pentru persoanele de contact însă, pentru cei de relaţii publice şi orice altă categorie de comunicatori (aşa cum sunt de fapt şi agenţii de poliţie în activitatea lor zilnică), zâmbetul trebuie să fie „meserie", pur şi simplu.

c) **Privirea** – se spune că ochii sunt „oglinda sufletului". Modul în care privim şi suntem priviţi are legătură cu nevoile noastre de aprobare, acceptare, încredere şi prietenie. Chiar şi a privi sau a nu privi pe cineva are un înţeles. Privind pe cineva confirmăm că îi recunoaştem prezenţa, că există pentru noi; interceptarea privirii cuiva înseamnă dorinţa de a comunica. O privire directă poate însemna onestitate şi intimitate, dar în anumite situaţii comunică ameninţare. În general, o privire insistentă şi continuă deranjează.

Realizarea contactului intermitent şi scurt al privirilor poate să inducă lipsa de prietenie. Mişcarea ochilor în sus, încercarea de a ne aminti ceva; în jos – tristeţe, modestie, timiditate sau ascunderea unor emoţii. Privirea într-o parte sau neprivirea cuiva poate denota lipsa de interes, răceala. Evitarea privirii înseamnă ascunderea sentimentelor, lipsă de confort sau vinovăţie. Clipirea frecventă denotă anxietatea.

Sunt trei posibilităţi de a privi o persoană:

Scanned with OKEN Scanner

- ***privirea oficială*** – este caracteristică discuţiilor de afaceri şi presupune menţinerea privirii asupra unui triunghi imaginar de pe fruntea partenerului de discuţie. Se creează astfel o atmosferă serioasă, de interes;

- ***privirea de anturaj*** – este îndreptată sub nivelul ochilor celeilalte peroane, asupra unei zone situate între ochi şi buze;

- ***privirea intimă*** – acest gen de privire coboară de la ochi spre bărbie şi apoi spre alte părţi ale corpului. Presupune ul alt tip de relaţie decât cea profesională;

- ***privirea laterală*** – este folosită atât pentru exprimarea interesului (însoţită de sprâncene uşor ridicate şi de un zâmbet), cât şi pentru exprimarea unei atitudini ostile, critice (însoţită de încruntarea sprâncenelor, de ridicarea frunţii şi de lăsarea colţurilor gurii.

Tenul – pielea reacţionează şi ea la diverşi stimuli (pielea „de găină" denotă spaimă); cearcănele sugerează oboseală sau afecţiuni fizice, iar fruntea transpirată momente de mare tensiune.

B. <u>Postura trupului</u> - se referă atât la ***gesturile***, **poziţia unei persoane**, cât şi la **modul de mişcare**. În grup, postura trupului indică raporturi de dominare, de egalitate sau de inferioritate. Cu cât o persoană care stă în picioare se ţine mai drept, cu atât suntem mai înclinaţi să credem în verticalitatea ţinutei sale morale, în demnitatea, onestitatea şi echilibrul său psihic. Când se spune despre o persoană că este bine înfiptă pe picioare se fac referiri atât la statura fizică, cât şi la personalitatea sa. Postura comunică în primul rând statutul social pe care îl are sau pe care vrea să-l aibă un individ. Sub acest aspect constituie un mod în care oamenii se raportează unii faţă de alţii atunci când sunt împreună.

În general, o ţinută dreaptă reflectă o atitudine deschisă, siguranţă, dar şi flexibilitate în timp ce o persoană care trage capul între umeri şi foloseşte braţele ca barieră de protecţie emite semnalul de închidere, de apărare (un astfel de individ va purta drept scut dosarul sau poşeta pe care le poartă). Mai trebuie precizat în acest context şi semnificaţia pe care o are faptul că un individ aflat în picioare a avut o poziţie de sprijin. Cei care stau liber sunt mai siguri pe ei, în timp ce cei care caută un reazem sunt vulnerabili.

În mers, persoanele extrovertite au obiceiul de a merge drept, cu privirea înainte în timp ce cele introvertite au tendinţa de a merge cu capul aplecat. Un mers rigid semnalează încordare interioară, iar un mers degajat exact contrariul.

Mersul *„de cocostârc"*(seamănă cu mersul soldatului pe un teren minat), trădează precauţie şi nesiguranţă.

Mersul *„îndrăzneţ"* (cu laba piciorului aruncată înainte) denotă siguranţă şi putere, fiind caracteristic unei persoane care ştie ce vrea, cineva care are un scop precis.

Poziţia *„şezând"* este interpretată în funcţie de plasarea centrului de greutate a corpului: în faţa, în spatele sau deasupra bazinului.

Poziţia *„de fugă"* (persoana stă aplecată în faţă cu mâinile între genunchi, având greutatea trupului concentrată înaintea bazinului şi picioarele în poziţia

Scanned with OKEN Scanner

de a păşi) semnalează grabă, indispoziţie, nesiguranţă şi atitudine de fugă (în plan psihic). În acest context interlocutorul trebuie să afle motivele acestei atitudini sau să încheie întrevederea.

Poziţia *„deschisă"* (privirea şi corpul sunt orientate spre vorbitor) denotă atenţie şi receptivitate, dar dacă este mimată, ea nu este relevantă.

Poziţia *„rezemată"* (centrul de greutate al jumătăţii corpului este deplasat în spatele bazinului) poate vorbi uneori de aroganţă şi înfumurare sau de siguranţă, relaxare, mulţumire de sine.

a) Gesturile – câteva elemente ale limbajului gesturilor ar fi: strângerea pumnilor – denotă ostilitate şi mânie, sau depinzând de context, determinare, solidaritate, stres; braţe deschise - sinceritate, acceptare; mâna la gură – surpriză, acoperirea gurii cu mâna – ascunderea a ceva, nervozitate. Capul sprijinit în palmă semnifică plictiseală, dar palma, degetele pe obraz, dimpotrivă, denotă interes extrem. Mâinile ţinute la spate pot să exprime superioritate sau încercare de autocontrol. Bâţâitul picioarelor denotă plictiseală, nerăbdare sau stres.

O persoană dominantă tinde să ţină capul înclinat în sus, iar cea supusă în jos. În general, aplecarea corpului în faţă semnifică interesul faţă de interlocutor dar uneori şi nelinişte şi preocupare. Poziţia relaxată, înclinat pe scaun spre spate, poate indica detaşare, plictiseală sau autoîncredere excesivă şi apărare la cei care consideră că au un statut superior interlocutorului.

În cazul în care există între comunicatori divergenţe de statut, de puncte de vedere sau de opinii, apar posturile necongruente: persoana nu priveşte spre interlocutor, nu interacţionează sub nici o formă.

b) Modul de mişcare a corpului poate fi:

- caracterizat de mişcări laterale, se consideră buni comunicatori;
- caracterizat de mişcări faţă – spate, se consideră om de acţiune;
- caracterizat de mişcări verticale, se consideră om cu putere de convingere.

În America, au apărut aşa numiţii „vânători de capete" – consultanţi specializaţi pe găsirea de oameni potriviţi pentru o anumită funcţie managerială şi folosesc intensiv aceste indicii.

C. <u>Comunicarea tactilă</u> - acest tip de limbaj nonverbal se manifestă prin frecvenţa atingerii, prin modul de a da mâna, modul de îmbrăţişare, de luare de braţ, bătutul pe umăr etc.

Spre exemplu la prima întâlnire şi prima strângere de mână se pot transmite la nivel subconştient, mesaje de dominare, supunere sau egalitate(„Alan Pease – Limbajul trupului").

Mesajul de dominanţă şi de preluare a controlului apare în mâna întinsă cu palma în jos („Acest om vrea să mă domine. Trebuie să fiu mai precaut").

Mâna întinsă cu palma în sus transmite supunere şi încredere („Îl pot domina pe acest om. El va face ceea ce doresc eu").

Palmele în poziţie verticală semnifică respect reciproc („Îmi place acest om. Ne vom înţelege bine").

Scanned with OKEN Scanner

Oferind aceeaşi strângere de mână pe care o practică interlocutorul putem stabili un raport subconştient, cu un efect surprinzător de bun. Trebuie avut în vedere patru factori de corespondenţă:

- viteza de strângere a mâinii;
- forţa de strângere;
- oscilaţia mâinilor;
- durata strângerii mâinii.

Când cineva îţi întinde mâna, aşteaptă să simţi forţa de strângere şi apoi răspunde cu aceeaşi forţă. Trebuie neapărat păstrat contactul vizual şi partenerul lăsat să impună ritmul strângerii şi oscilaţia în sus şi în jos, ca şi durata. Se va da drumul mâinii, imediat ce partenerul o eliberează.

Strângerea mâinii poate trăda nehotărâre, moliciune şi slăbiciune. Mâna întinsă sub forma de „peşte mort" (flască şi moale) trădează în mod cert aşa ceva, adică un caracter slab.

Mâna fermă şi viguroasă semnifică cu totul altceva.

Există şi tehnica „mănuşii", care constă în strângerea cu ambele mâini şi este folosită de politicieni şi oportunişti pentru a semnifica încredere, sinceritate şi prietenie. Adăugarea mâinii stângi transmite un plus de sentimente. Folosită la prima întâlnire este suspectă.

Unii oameni evită orice atingere. Forţa şi tipul de atingere depinde în mare măsură de vârstă, salut, cultură.

a) Mâinile şi degetele

Sinceritatea unui partener de comunicare ne este oferită de observarea atentă a etalării palmelor aşa cum sublinia, Allan Pease în cartea sa „Limbajul trupului". Când cineva este sincer îşi etalează integral sau parţial palmele în faţa celuilalt, acesta fiind un gest absolut involuntar.

În mod similar se întâmplă când cineva minte, respectivul individ ascunzându-şi palmele la spate sau în buzunare. Gesturile principale de îndrumare ale palmei sunt următoarele:

- palma îndreptată în sus (utilizată ca gest de supunere);
- palma orientată în jos (sinonimă cu autoritatea);
- palma strânsă pumn cu degetul arătător întins (evocă un gest de ameninţare).

Alte gesturi ale mâinii şi degetelor:

- frecarea palmelor – denotă aşteptările pozitive ale oamenilor;
- încleştarea mâinilor, indiferent de poziţia în care se află acestea (înaintea feţei, pe masă sau lăsate în jos) – exprimă frustrare, reprimarea de către individ a unor sentimente negative;
- mâinile în poziţie de coif (asemănător gestului „de rugăciune", unindu-se doar vârfurile degetelor, nu şi podul palmei) - este un gest folosit de oamenii siguri pe ei, de persoane care gesticulează puţin sau deloc;
- mâinile aduse la spate şi apucarea mâinii cu palma – constituie un gest de superioritate, de încredere în sine;
- etalarea degetului mare – este o manifestare a superiorităţii şi chiar a agresivităţii;

Scanned with OKEN Scanner

- acoperirea gurii, atingerea nasului cu mâna, sau trasul de guler este un gest care poate fi utilizat atât de vorbitor pentru a-şi ascunde propria minciună, cât şi de cel care ascultă, care se îndoieşte de spusele vorbitorului;
- frecarea urechii - este un semn al nerăbdării; individul a ascultat destul şi doreşte să vorbească;
- scărpinarea gâtului – exprimă îndoiala sau incertitudinea;
- introducerea degetelor în gură – este un semn că persoana respectivă se află sub presiune şi trebuie să se calmeze;
- mâna sprijină capul în întregime – denotă lipsa interesului şi plictiseala;
- bătaia în masă cu degetul – este un semn al nerăbdării;
- mâna închisă, aşezată pe obraz, adesea cu degetul arătător în sus - exprimă interes extrem din partea celor care ascultă;
- mângâierea bărbiei – arată că ascultătorul ia o decizie;
- strângerea pumnilor – în funcţie de context, denotă ostilitate şi mânie sau hotărâre, solidaritate.

Pentru ca aceste gesturi să nu fie interpretate greşit, este nevoie să se aibă permanent în vedere contextul în care a avut loc.

D. Prezenţa personală – comunică de exemplu, prin intermediul **formei corpului, a îmbrăcămintei, a mirosului** (parfum, miros specific), **bijuteriilor** sau altor accesorii vestimentare.

Din punct de vedere al formei corpului distingem astfel trei tipuri de fizic: **ectomorf** (fragil, subţire şi înalt); **endomorf** (gras, rotund şi scurt); **mezomorf** (musculos, atletic, înalt).

Condiţionările sociale „ne-au învăţat" ce „să ne aşteptăm" de la oamenii aparţinând fiecărei categorii, astfel:

- **ectomorfii** – sunt percepuţi ca fiind tineri, ambiţioşi, suspicioşi, tensionaţi, nervoşi şi mai puţin masculini;
- **endomorfii** - îi percepem ca fiind bătrânicioşi, demodaţi, mai puţin rezistenţi fizic, vorbăreţi, buni la suflet, agreabili, de încredere, dependenţi de alţii;
- **mezomorfii** – sunt percepuţi ca încăpăţânaţi, puternici, aventuroşi, maturi în comportament, plini de încredere în sine, veşnic învingători.

Îmbrăcămintea şi accesoriile – pot marca statutul social real sau pretins. De exemplu, femeile care acced la o funcţie managerială înaltă se vor îmbrăca într-un mod particular (costum sobru din două piese) şi vor avea accesorii similare celor bărbăteşti (servietă diplomat). Îmbrăcămintea non - conformistă comunică faptul că purtătorul este un original, răzvrătit social, posibil creator de probleme sau artistic.

Pentru situaţii oficiale este apreciată îmbrăcămintea elegantă şi de calitate dar, nu sofisticată.

Mirosul – „telegrafiază" mesaje pentru multe persoane chiar fără a fi conştiente de aceasta. Parfumul puternic, chiar de calitate, atrage atenţia într-un mod neadecvat.

Scanned with OKEN Scanner

E. Limbajul spațiului - *proximitatea* – exprimă distanța existentă între interlocutori în timpul comunicării. Această formă, mai puțin cunoscută, joacă un rol important în descifrarea raporturilor ce există între oameni. Fiecare om are un spațiu personal, delimitat convențional, în care îi acceptă doar pe cei cărora le acordă încrederea sa, față de care manifestă simpatie, după cum interpunerea unei distanțe mai mari între interlocutori denotă o atmosferă glacială, de circumspecție ori chiar de neplăcere.

Pentru polițist, mesajul transmis de proximitate este bine să fie descifrat, înțeles, deoarece pe această cale el poate sesiza dacă este agreat sau nu, dacă există concordanță între conduita persoanei și adevăratele sale sentimente. De asemenea, proximitatea, observată de către polițist, poate releva adevăratele raporturi dintre două sau mai multe persoane pe care le supraveghează.

Fiecare dintre noi are preferințe în legătură cu distanța față de cei cu care comunică. Adeseori suntem puși în situația ca, în timp ce vorbim cu cineva, să facem un pas înainte sau unul înapoi pentru a ne regla acest spațiu la mărimea adecvată pentru spațiul nostru personal.

Apropierea exagerată poate comunica amenințare sau relații de natură strict personală; depărtarea excesivă poate comunica aroganță, importanță, statut social superior. Cu cât persoana este mai importantă cu atât va tinde să aleagă o masă de birou mai mare, care impune o distanță mai mare față de interlocutor.

F. Limbajul culorilor - culoarea, dincolo de percepția și trăirea ei afectivă este o oglindă a personalității noastre și ne influențează comunicarea. Gândirea creatoare are loc optim într-o încăpere cu mult roșu, iar cea de reflectare a ideilor într-o cameră cu mult verde. Culorile strălucitoare sunt alese de oamenii de acțiune, comunicativi, extravertiți, iar cele pale de timizi, intravertiți.

Culoarea afectează comunicarea sub următorul aspect: culorile calde stimulează comunicarea, în timp ce culorile reci inhibă comunicarea; monotonia, precum și varietatea excesivă de culoare inhibă și îi distrag pe comunicatori.

G. Limbajul timpului - modul în care putem comunica prin limbajul timpului este corelat cu: **precizia timpului, lipsa timpului și timpul ca simbol.**

a) Precizia timpului – timpul este considerat ca ceva prețios și personal și, în general, atunci când cineva își permite să ni-l structureze, acesta comunică diferența de statut.

A veni mai târziu sau ceva mai devreme la o întâlnire, sau a fi punctual sau nu la o ședință are anumite semnificații: comunică atitudinea față de interlocutor sau față de activitatea respectivă, percepția statutului sau a puterii, respectul și importanța acordată. Întârzierea poate irita și insulta. Cu cât oamenii sunt făcuți să aștepte mai mult, cu atât ei se simt mai umiliți; se simt desconsiderați și inferiori ca statut social. Astfel, limbajul timpului se poate folosi în mod voit sau nu pentru a manipula, supune și controla sau pentru a comunica respect și interes.

Scanned with OKEN Scanner

b) Lipsa timpului – dacă nu acordă timp pentru o anumită comunicare se va percepe ca neacordare de importanţă. Studiile sociologice au arătat că, în general, relaţia de comunicare pozitivă se dezvoltă proporţional cu frecvenţa interacţiunii (timpul petrecut împreună).

c) Timpul ca simbol – ţine de o anumită obişnuinţă cum este ritmul. (exemplu: mâncăm de 3 ori pe zi la anumite ore, sau anotimpurile impun anumite activităţi şi un anume fel de viaţă clar situate în timp). Sărbătorile şi ritualurile de asemenea, ne sunt marcate de timp. Astfel, poliţiştii ştiu că în preajma sărbătorilor creşte gradul de infracţionalitate.

În interpretarea tuturor acestor aspecte ale limbajului nonverbal trebuie să avem în vedere că:

- pentru a evita interpretarea greşită a unui element de limbaj neverbal este bine să îl interpretăm în contextul tuturor celorlalte elemente verbale şi nonverbale;
- caracteristicile de personalitate individuală, de educaţie, experienţă de viaţă sunt elemente care trebuie luate în considerare în interpretarea corectă;
- modul de folosire şi interpretare a limbajelor nonverbale diferă sub multe aspecte: de la individ la individ, de la profesie la profesie, de la colectivitate la colectivitate, de la cultură la cultură.

Mai mult decât atât, comunicarea devine pentru profesionistul dintr-un anumit domeniu, şi mai ales cel poliţienesc, cât şi pentru experienţa de zi cu zi a fiecăruia dintre noi, mai mult decât un instrument pentru dezvoltarea eficienţei personale şi sociale, ea devine o nouă filozofie a existenţei omului modern.

Scanned with OKEN Scanner

BLOCAJE ÎN COMUNICARE

Comunicarea există pretutindeni în jurul nostru. Uneori nici nu ne dăm seama de acest lucru, alteori ne dorim să obţinem rezultate optime, adică să avem o comunicare eficientă. Conform schemei lui Lawel, aceasta ar trebui să răspundă la 5 întrebări: cine? ce zice? prin ce mijloace? cui? cu ce efecte?

Reuşita comunicării depinde de aducerea conţinutului şi formei de exprimare a mesajului la acelaşi nivel cu capacitatea de percepţie şi înţelegere a receptorului, cu starea sa sufletească, aceasta însemnând „să găseşti drumul către celălalt". Acest drum reprezintă de fapt interacţiunea principalelor elemente necesare pentru realizarea unei comunicări, respectiv: emiţător, receptor, cod, mesaj. În afara acestora însă, mai există şi alte mecanisme care intervin în procesul de comunicare şi anume:

1. **Filtrarea** – filtrele psihologice se instalează ca urmare a unor experienţe trecute ori a unor sensibilităţi, predispoziţii. Ele pot afecta percepţia şi modul de interpretare a mesajelor, dându-le o semnificaţie total sau parţial diferită faţă de cea a emitentului. (Exemplu cel mai concludent de interpretare diferită a mesajelor este cea a mesajelor conţinute de aceeaşi bucată muzicală, acelaşi discurs ori spectacol date de persoanele care compun auditoriul).

2. **Contextul** – se referă la mediu, spaţiu, timp, stare psihică, interferenţele zgomotelor, diferenţelor de temperatură, imagini vizuale ce pot atrage atenţia şi pot provoca confuzii, întreruperi.

De exemplu, acelaşi mesaj transmis de o persoană va căpăta conotaţii diferite în funcţie de locul, de mediul în care a fost transmis.

Astfel, şeful în biroul său – va transmite un mesaj oficial, - în biroul subordonatului – acelaşi mesaj va fi perceput ca un reproş, pe stradă ca o banalitate, iar la domiciliu – un semn de prietenie, atenţionare.

3. **Canalele de comunicare** – reprezintă „drumurile", „căile" urmate de mesaje. Există două tipuri de canale de comunicare:

a) canale formale, prestabilite (de ex: - sistemul canalelor ierarhice dintr-o organizaţie);
b) canale neformale – cele stabilite pe relaţii de prietenie, preferinţe, interes personal.

4. **Mijloacele de comunicare** – canalele au un suport tehnic reprezentat de toate mijloacele tehnice care pot veni şi sprijini procesul de comunicare: telefon, fax, calculator, telex, mijloace audio-video.

5. **Limbajul** – este de o importanţă majoră şi trebuie avut în vedere mai ales datorită faptului că limba vorbită nu foloseşte acelaşi limbaj cu cea scrisă şi invers.

Scanned with OKEN Scanner

De multe ori, sunt de mare ajutor anumite tipuri de limbaj, care nu au legătură cu limba, cum ar fi: cifrele, imaginile vizuale, schițele – (de la accidentele de circulație, spre exemplu), fără de care nu se pot lămuri problemele apărute.

6. **Feed-back-ul** – există un feed-back imediat – verificat în cadrul comunicării față în față; și un feed-back întârziat – manifestat prin slaba calitate a activităților, conflicte de muncă, absenteism, toate acestea demonstrând o comunicare defectuoasă. Acest lucru se întâmplă deoarece frecvent, între ceea ce se dorește a se transmite și ceea ce se percepe, există diferențe majore, datorate unor perturbații care pot interveni în procesul de comunicare.

1. CAUZE CARE POT ÎMPIEDICA REALIZAREA UNEI COMUNICĂRI EFICIENTE

Pretutindeni în jurul nostru există rețele de comunicare. Fiecare dintre acestea exprimă personalitatea și individualitatea participanților la vehicularea mesajelor. Particularitățile acestora însă, sunt influențate de anumiți *factori*, care împiedică realizarea unei comunicări eficiente.

Se ajunge astfel la concluzia că „adevărul nu este ceea ce spune emițătorul, ci ceea ce înțelege receptorul", motiv pentru care este foarte important să cunoaștem factorii care pot influența comunicarea pentru a ține seama de ei în decodificarea mesajelor.

Aceștia pot fi:

a) *de natură externă* – care apar în mediul în care are loc comunicarea (poluarea fonică puternică, întreruperi succesive ale procesului de comunicare etc.);

b) *de natură internă* – factori fiziologici, perceptivi, semantici,(de ex. eticheta) factori interpersonali sau intrapersonali.

Atât factorii de natură externă, cât și cei de natură internă, reprezintă de fapt cauzele care determină o distorsionare a mesajului transmis.

Principalii factori de natură internă sunt:

a) **propria noastră percepție vis-a-vis de ceilalți** – suntem tentați să presupunem că oamenii se vor comporta asemănător în situații identice, lucru care nu este adevărat.

Practica a demonstrat că intervin o serie de influențe de care trebuie să ținem seama (de ex. – starea psihică a interlocutorului, reacția celor din jur etc);

b) **concluzii grăbite și nefondate** – care îi includ pe cei din jurul nostru în categorii stereotipe: - buni, răi, incompetenți, ușor sau greu de influențat - și față de care emitem judecăți de valoare care nu au o bază reală (ex. toți romii sunt infractori);

c) **prima impresie despre interlocutor** – care ține de subiectivitatea noastră și poate transforma judecățile ulterioare în prejudecăți (de ex. în cazul comiterii unei infracțiuni cu A.N., în cadrul cercului de suspecți, dacă există și un proaspăt eliberat din penitenciar, în primul rând suspiciunile polițiștilor se vor îndrepta către acesta);

Scanned with OKEN Scanner

d) **manifestarea unei anumite „simpatii" față de interlocutor** în funcție de trăsăturile, preferințele comune pe care le descoperim; este adevărat că „prima impresie contează și ultima rămâne", dar este total greșită ideea conform căreia poți cunoaște un om la prima vedere. Noi nu ne comportăm unii cu alții cum suntem în realitate, ci așa cum gândim noi că suntem, sau chiar mai mult decât atât, pentru a face plăcere celuilalt.

De aceea, este bine și este necesar să acordăm timp mai mare pentru a-i cunoaște pe cei de lângă noi;

e) **Interesele, trebuințele care stau la baza procesului de comunicare** (atât ale emițătorului, cât și ale receptorului), fiind nevoie pentru o comunicare eficientă să ținem seama de nevoile, dorințele, aspirațiile și așteptărilor celor două părți implicate în procesul de comunicare; sunt situații în care uneori, chiar în calitatea noastră de polițiști, vedem doar propriul nostru interes – corect, de altfel -, adică aceea de a determina cetățeanul să respecte legea, fără să ne pese prea mult de cerințele, interesele, nevoile acestuia.

f) **cauze care țin de emițător** (nu își organizează ideile înainte de a vorbi, încearcă să transmită într-un mesaj mai multe idei fără legătură între ele, nu urmărește realizarea feed-back-ului);

g) **cauze care țin de receptor** (are atenția diminuată sau împărțită, se gândește la răspuns în loc să asculte, este mai atent la detalii decât la sensul mesajului, anticipează mesajul interlocutorului – „știu ce vrei să spui").

Toate aceste cauze care duc la distorsionarea mesajului, sunt generate de fiecare dintre noi în cadrul comunicării interpersonale.

Trebuie menționat însă faptul că există și alte cauze externe independente de voința noastră, când putem vorbi de o comunicare ineficientă în relația cu sinele, adică în cazul unei comunicări intrapersonale; de la faptul că în activitatea zilnică nu apar lucruri care să ne stimuleze, ba mai mult decât atât, apar nemulțumiri personale, activități de rutină, sau efectuate împotriva propriei noastre dorințe.

Pentru a dezvolta relații armonioase cu cei din jurul nostru și pentru a asigura rezultate optime în cadrul procesului de comunicare la toate nivelele, este foarte important să cunoaștem atât nevoile, aspirațiile și dorințele noastre personale, dar și ale publicului țintă.

În felul acesta, putem găsi modalitatea optimă de abordare pentru a transmite mesaje în activitatea de poliție și mai ales pentru a obține răspunsul așteptat.

Comunicarea, ca schimb de idei, opinii și informații prin intermediul cuvintelor, gesturilor și atitudinilor este fundamentul coordonării activității umane. Deși scrisul și vorbitul în sine sunt acțiuni relativ simple, înțelegerea lor corectă reprezintă dificultatea principală a comunicării. Această înțelegere este pentru polițist o problemă esențială deoarece munca lui se bazează pe comunicarea cu persoane de care nu îl leagă neapărat prietenia, simpatia, rudenia.

Scanned with OKEN Scanner

Explicaţiile neînţelegerilor, dezacordurilor şi chiar conflictelor se găsesc în comunicare în **barierele** pe care oamenii le ridică mai mult sau mai puţin intenţionat în calea comunicării.

2. TIPURI DE BLOCAJE ÎN COMUNICARE

Aşa cum spunea Baudelaire *„cuvântul conţine un ce sfânt, care ne interzice să facem din el un joc al hazardului..."*.

Iată de ce în general, dar mai ales în calitate de poliţişti, trebuie să facem tot ce depinde de noi pentru a descifra adevăratul sens al mesajelor pe care le primim. Acest lucru va fi posibil numai dacă avem în vedere faptul că în procesul de comunicare există permanent anumite lucruri care obturează, împiedică transmiterea mesajelor către destinatar, care reduc fidelitatea mesajului şi transferul de mesaje.

Acestea sunt denumite generic „bariere ale procesului de comunicare" şi ele pot fi:

a) bariere de limbaj – aceleaşi cuvinte au sensuri diferite pentru persoane diferite şi reprezintă „conotaţiile" atribuite exprimărilor noastre deci, „conotaţiile" reprezintă o barieră în comunicarea poliţiei cu publicul ţintă. Trebuie să ne gândim ce ar trebui făcut ca ele să fie înlăturate, ţinând seama de:

- *gradele diferite de pregătire şi experienţă* ale celui ce emite mesaje pe de o parte şi ale celui care ascultă pe de altă parte;
- *starea emoţională* – atât a emiţătorului, cât şi a receptorului de mesaje;
- *ideile preconcepute* – prejudecăţile;
- *rutina* – obişnuinţa, transformarea unor activităţi în stereotipii;
- *dificultăţile de exprimare* – capacitatea, disponibilitatea de exprimare a mesajului.

Se observă o diferenţă între un individ care nu poate să-şi expună gândurile, şi un altul care nu se poate exprima din cauza nestăpânirii problematicii sau nu are deprinderi de a adecva mesajul în funcţie de auditoriu; (ex: în M.I.R.A. de la nivelul ministerului până la postul comunal de poliţie ar trebui să existe şi alte puncte care să decodifice mesajul transmis – în cazul unui ordin al ministrului);

- *utilizarea unor cuvinte sau expresii confuze*, sau care generează confuzii, ambiguităţi şi echivocuri;
- *barierele ce ţin de limbă* – ca mod de codificare a limbajului (necunoaşterea acesteia);

Particularizând aceste bariere în cadrul structurilor din M.I.R.A., întâlnim frecvent:

- tendinţa unor şefi de a utiliza construcţii foarte, foarte complicate atât în comunicarea verbală, dar şi în cea scrisă (ex: începe o frază pe pagina 1 şi o termină la jumătatea paginii 2);
- exprimările lipsite de rigoare şi slab organizate, coordonate;

Scanned with OKEN Scanner

- tendința de a utiliza formulări de ordin imperativ, în situații ce nu impun acest lucru;
- tendința de a utiliza raționamente ipotetice – „dacă", „Atunci când" ... „e posibil" .... „e probabil" ....

Dacă un act de comunicare abundă în structuri ipotetice, atunci denotă nesiguranță, nestăpânire a situației. Întâlnim în acest sens, două extreme:

- imperativă – trebuie, categoric....;
- o relativizare nepermisă a mesajelor.

b) bariere ce țin de mediul instituțional:

- *climatul de muncă necorespunzător* – (ex: suspiciunea, reprezintă o barieră în comunicare; neîncrederea subordonatului în şef – este cea mai periculoasă şi duce la blocarea comunicării, ca şi duplicitatea, perversitatea, cameleonismul).

Barierele comunicaționale în cadrul climatului de muncă sunt date de:

- *necunoaşterea reciprocă* – fapt ce duce la o nedimensionare corectă a sarcinilor, atribuțiilor;
- *substituirea şi frecventa asumare a unor atribuții* ce nu-i revin subordonatului, conform fişei postului, ca şi incapacitatea de folosire adecvată a sancțiunilor şi a premierilor.
- *secretomania* – interlocutorii se inhibă din teama de a nu spune mai mult decât consideră că este necesar;
- *arivismul Informațional* - colegi care participă la diferite forme de pregătire şi transformă informația ca bun exclusiv, folosind-o ca armă de intimidare;
- *suporți informaționali necorespunzători* – de exemplu, panourile de afişaj – în cazul în care ar trebui să existe o concordanță deplină între mesaj şi suportul informațional pentru a-şi atinge scopul; dacă avem o grafică deosebită, o hârtie deosebită şi un mesaj de slabă calitate, apare fenomenul de discreditare; dacă avem o hârtie execrabilă cu un mesaj foarte bun, omul evită să se apropie de hârtie;
- o importanță majoră oare şi *culoarea suportului informațional* – ex. în privința uniformelor, kakiul era utilizat de japonezi pentru a-i stresa pe prizonieri; mov, roşu au efecte iritante;
- *aparatură radio – TV* – ca suport informațional, poate fi uneori o barieră în comunicare;
- *frica, zgomotele,temperatura, umiditatea* – pot creea stări de disconfort fizic, dar mai ales psihic şi astfel să împiedice realizarea unei comunicări eficiente.

c) bariere datorate poziției emițătorului şi receptorului.

- *sentimentele* cu care interlocutorii participă la comunicare (au o atitudine deschisă, sinceră sau dimpotrivă;)
- *scopurile şi intențiile* cu care se participă la actul comunicațional;
- *caracterizarea diferită* a situațiilor în care are loc comunicarea;
- *imaginea despre sine şi imaginea despre celălalt.*

Scanned with OKEN Scanner

Din aceste puncte de vedere, adică ale poziției emițătorului și receptorului, analiza eficienței unui mesaj se face ținând seama de:

- indicele emoțional de suprafață – vizează cuvintele, frazele, simbolurile, reprezentările în măsură să reactualizeze experiențe anterioare, să proiecteze experiențe posibile;
- indicele de profunzime – care se referă la experiențe trecute, experiențe pozitive(de ex. la anul vom avea salarii mai mari);
- compatibilitatea dintre mesaj și emițător (ex. între Stolojan ca emițător și imaginea sa în costum și cravată aruncând mingea la coș / este o mare incompatibilitate);
- redundanța – adică surplusul de informație transmis față de obiectul necesar, abundența de expresii;
- vectorii semantici – transmiterea informațiilor și înțelegerea acestora utilizează un set de simboluri, ca urmare unul și același cuvânt poate avea semnificații diferite datorită faptului că unele cuvinte pot fi polisemantice, iar altele pot avea semnificații diferite în contexte diferite.

d) bariere de concepție – pot exista concepții diferite chiar între categoriile de forțe din structurile MIRA care devin bariere în comunicarea dintre aceste departamente.

Ex.: Concepția cu privire la Jandarmerie, la ordine publică; putem face diferențele necesare între a învăța, a însuși, a asimila. Putem să învățăm o parte din regulament, să ne însușim o parte și să asimilăm chiar normele stipulate în acesta. Este foarte important însă, ca cele două concepții ale emițătorului și receptorului nu numai să fie asemănătoare, dar să se afle și pe același nivel

Dacă emițătorul a asimilat o anumită concepție, de ex. cadrele școlii - ROI și receptorul (elevii) abia au învățat-o, actul de comunicare este firav;

Dacă cele 2 concepții sunt diferite (de exemplu, un ateu și un teolog cu concepția ortodoxă asimilată, sau diferențele de concepții între generații, între părinți și copii) – nu se realizează comunicarea, sau apar compromisuri și toleranță.

Concluziile grăbite asupra conținutului mesajelor –constituie de asemenea bariere în comunicare, deoarece nu se realizează feed-back-ul.

Constatăm că blocajele și barierele enumerate până în prezent nu reprezintă altceva decât obstacole, piedici în realizarea unei comunicări eficiente.

Sesizarea și cunoașterea lor în procesul comunicațional de către polițist constituie un act foarte important, deoarece astfel el va putea să realizeze ce trebuie făcut pentru ca atât el, cât și interlocutorul său să primească și să transmită mesaje corecte.

În afara celor menționate, în viața de zi cu zi, mai întâlnim și alte blocaje sau bariere, cum ar fi:

- nesiguranță în privința conținutului transmis;
- manipularea (prin comunicarea trunchiată a unor informații);

Scanned with OKEN Scanner

- prezentarea incorectă a mesajului sau alegerea unei modalități greșite de comunicare sau a unor metode inadecvate publicului;
- presupunerile neexplicite sau falsele presupuneri (mesaje care sunt interpretate diferite)
- camuflarea (comunicarea ambiguă în mod intenționat)
- interferențele (evenimente care pot deteriora atenția receptorului la descifrarea mesajului).

Deşi barierele comunicaționale sunt prezente permanent, creşterea nivelului general de educație al indivizilor(oamenilor) este un avantaj pentru creşterea calității comunicării. Codificarea, decodificarea, interpretarea şi feed-back-ul pot elimina unele deficiențe generate de lipsa de educație, ignoranță, rezistență la nou.

Prin urmare, cunoscându-ne pe noi înşine şi aproape la fel de bine şi interlocutorul, putem fi capabili să alegem un „registru psihologic" adaptat acestuia, astfel încât să realizăm raporturi interpersonale eficiente.

3. MODALITĂȚI DE OPTIMIZARE A COMUNICĂRII ÎN RELAȚIILE INTERPERSONALE

Preocupările privind facilitarea şi îmbunătățirea criminalității au existat din cele mai vechi timpuri. Deşi regulile unei comunicări eficiente par foarte simple şi la îndemâna oricui, practica relevă faptul că aplicarea lor este frecvent încălcată.

Există totuşi câteva reguli de bază pentru realizarea unei comunicări eficiente şi anume:

- *regula cantității* – în ceea ce spun, vorbitorii trebuie să ofere informația necesară; nici mai mult, nici mai puțin;
- *regula relației* – mesajul trebuie adecvat scopului comunicării;
- *regula semnificației* – informația transmisă să fie semnificativă pentru contextul şi circumstanțele în care se desfăşoară comunicarea;
- *regula stilului* – vorbitorii să fie clari, coerenți, concişi;
- *regula receptivității* – emitenții trebuie să-şi adapteze mesajele la caracteristicile receptorilor şi la cunoştințele presupuse de aceştia.

Pentru a realiza raporturi interpersonale eficiente se poate apela la numeroase metode de îmbunătățire a procesului de comunicare, cum ar fi:

3.1. Analiza tranzacțională

Este o metodă din ce în ce mai răspândită din domeniul psiho – terapiei şi în acest moment reprezintă unul din cele mai eficiente mijloace de îmbunătățire a comunicării.

Prin aceasta se urmăreşte să răspundem interlocutorului pe *„canalul"* acestuia, în caz contrar, riscăm un *„dialog al surzilor"*.

Scanned with OKEN Scanner

Obiectivele analizei tranzacționale constau în *cunoașterea propriei personalități și a interlocutorului și abordarea și soluționarea profesionistă a comunicării în relațiile interumane;*

Despre aceasta vom discuta pe larg în anul II, când vom parcurge cursul de Analiză tranzacțională.

3.2. Ascultarea activă

A fost privită inițial ca un concept teoretic de către psihologul american Carl Rogers, iar ulterior s-a transformat într-o adevărată tehnică de perfecționare a comunicării. În dezvoltarea acestei metode s-a avut în vedere faptul că oamenii gândesc mai rapid decât vorbesc și astfel, nu ascultă întregul mesaj care li se transmite, fiind preocupați de pregătirea propriului răspuns.

Tehnica *ascultării active* – constă în receptarea, decodificarea și verificarea mesajului prin dialog imediat cu emițătorul.

În această situație, receptorul trebuie să se concentreze asupra sentimentelor, atitudinilor, încărcăturii afective care însoțește mesajele.

Dacă ținem seama de toate acestea, în activitatea de poliție – spre exemplu în cazul unei verificări și chiar audieri, vom constata că este o excelentă modalitate de a-i determina pe interlocutori să vorbească.

Faptul că gândurile, opiniile și sentimentele nu le sunt criticate, îi face pe oameni să se simtă în siguranță, să comunice mai profund, față de situația ascultării superficiale.

Este o metodă bazată în mod deosebit pe încurajarea laturii afective, diminuându-se astfel barierele de statut, de percepție, de cultură și personalitate.

Pentru a-și atinge scopul, folosirea acestei **metode,** reclamă și respectarea unor reguli de comportament:

– priviți interlocutorul în timp ce-l ascultați;

– reformulați cele auzite, adică spuneți cu alte cuvinte ceea ce a afirmat interlocutorul, fără a schimba sensul;

–ascultați, pentru a înțelege;

–utilizați propoziții care încep cu „eu" (cred, sunt, părerea mea este, etc.);

–separați omul de problema abordată;

–nu întrerupeți interlocutorul;

–încurajați-l să vorbească prin aprobări din cap, zâmbete;

–puneți întrebări, dar nu exagerați;

–întrebările să vizeze subiectele importante și profunzimea relevantă a mesajelor;

–ajutați-vă interlocutorul să se exprime când nu-și găsește cuvintele;

–nu ascultați cu pixul în mână, nu luați notițe, nu desenați în timp ce interlocutorul vorbește;

–parafrazați la anumite intervale ceea ce se spune;

–nu interpretați și nu faceți presupuneri, este mai bine să cereți explicații;

–nu anticipați și nu trageți concluzii pripite, așteptați sfârșitul mesajului;

Scanned with OKEN Scanner

–nu vă impuneți punctul de vedere, ci ascultați-l pe cel al celuilalt;

–nu încercați să analizați motivele interlocutorului, ci întrebați-l care sunt soluțiile pe care le întrevede.

Posibile greşeli în ascultarea activă:

Exagerarea – „Chiar îţi urăşti şeful" ....

Redimensionarea – „Hai că nu e chiar aşa de rău" ...

Adăugarea – „Uneori îţi vine să-i spui ceva" ...

Anticiparea – „Probabil îţi doreşti să fii pedepsit" ...

Rămânerea în urmă – „Îmi spuneai că" ...

Repetarea de tip papagal - reperarea întocmai a unui cuvânt.

Tehnica ascultării active creşte capacitatea de comunicare şi asigură o calitate superioară relațiilor interumane.

3.3. Deschiderea

Presupune stabilirea unei relații deschise, directe cu partenerul de comunicare. Este o metodă prin care se arată disponibilitatea afectivă a interlocutorului şi trebuie marcată de cuvinte şi gesturi prin care se atestă bunăvoință, implicare şi interesul.

3.4. Receptarea corectă a mesajului

Se face prin aprobarea din cap, zâmbete, folosirea unor cuvinte pentru a-l ajuta pe interlocutor să se exprime. O astfel de atitudine îi arată partenerului de comunicare că receptorul este pe fază şi nu este doar prezența amabilă. Nu este indicat să se intervină şi să întrerupem vorbitorul pe parcursul expunerii mesajului, deoarece acest lucru l-ar putea abate de la firul logic al vorbirii ori pot favoriza omisiunile.

Nu este indicat însă, nici ca receptorul să tacă tot timpul, să nu schițeze nici un gest, deoarece ar putea induce sentimentul de suspiciune, anxietate şi în final deformarea mesajului.

3.5. Încurajarea comunicării

Constă în atenția pe care trebuie să o acordăm emitentului atât verbal, prin folosirea unor expresii: „Vă rog, spuneți", sau „continuați, vă rog", este interesant ceea ce spui" sau nonverbal prin gesturi(capul uşor înclinat înainte privire directă, mâinile aşezate calm, pe masă) – reflectând atenția şi răbdarea acordate interlocutorului.

3.6. Empatia

Reprezintă capacitatea de a te transpune în situația celuilalt, înseamnă a fi în „rezonanță" cu trăirile lui, fără a pierde contactul cu propria persoană; acceptarea necondiționată a ideilor, sentimentelor, credințelor celuilalt, chiar dacă nu se potrivesc cu sistemul meu de emoții, idei, credințe.

Scanned with OKEN Scanner

Aceasta cere o analiză a reacţiilor interlocutorului, dar şi a propriilor reacţii într-o situaţie similară. Este bine, dacă, în calitatea noastră de poliţişti,atunci când ne desfăşurăm activitatea, în relaţiile cu interlocutorul reuşim să răspundem la câteva întrebări mentale: „ce simte acum interlocutorul", „cum m-aş simţi în locul lui", „ce încearcă să-mi spună, de fapt?" – „cât de importantă este pentru el rezolvarea acestei probleme?" „Ce efecte ar putea avea pentru el un răspuns pozitiv din partea mea"? „Dar negativ?" Acestea şi alte întrebări similare ne pot ajuta să găsim calea optimă pentru a rezolva la un nivel superior sarcinile ce ne revin.

3.7. Persuasiunea

Este o activitate de convingere, care poate duce la îndepărtarea barierelor comunicaţionale şi la eficientizarea comunicării prin schimbarea părerilor unei persoane sau grup de persoane şi obţinerea unor reacţii dorite din partea ei (lor).

Aplicând aceste tehnici, putem transmite, dar şi înţelege corect ceea ce se doreşte, putem înlătura barierele şi blocajele care constituie, reale probleme în realizarea procesului de comunicare.

3.8. Comunicarea asertivă

Reprezintă o abordare a procesului comunicaţional în care persoana luptă pentru propriile drepturi, dar le respectă şi pe ale celorlalţi. ("Amândoi suntem importanţi", „Amândoi contăm", „Cred că suntem egali") şi în acest context propoziţiile încep cu „Eu", vocea este fermă, privirea directă, postura relaxată, mişcări naturale, relaxate.

Ca urmare a acestei abordări, persoanele implicate nu numai că înlătură blocajele comunicaţionale ce pot apărea, dar vor obţine şi respect de sine ridicat, imagine de sine clară, îşi vor recunoaşte valoarea proprie, vor fi respectate şi vor respecta pe ceilalţi.

La nivel instituţional, pe lângă adoptarea tehnicilor enumerate, pentru un schimb de informaţii corespunzător este nevoie să se ia în considerare şi următoarele aspecte:

- *planificarea comunicării;*
- *determinarea precisă a scopului fiecărei comunicări;*
- *clarificarea ideilor înaintea comunicării;*
- *folosirea unui limbaj adecvat.*

Indiferent de complexitatea actului de comunicare, de blocajele sau barierele întâlnite în transmiterea mesajului, indiferent de situaţiile existente, nu întotdeauna foarte agreabilă, poliţistul va trebui să dezvolte relaţii interpersonale corecte, elegante, bazate pe respect şi stimă faţă de om. Acest lucru va fi posibil doar în condiţiile cunoaşterii şi aplicării metodelor potrivite pentru realizarea unui transfer de mesaje eficient, fiabil.

Scanned with OKEN Scanner

ROLUL COMUNICĂRII ÎN GESTIONAREA SITUAȚIILOR CONFLICTUALE

1. CONFLICTUL: NOȚIUNI GENERALE, CAUZE ȘI TIPURI DE CONFLICTE, ETAPELE CONFLICTULUI

Comunicarea este un proces cu care ne confruntăm în fiecare zi, este un „ingredient" cotidian al experienței noastre de viață.

Tensiunile şi conflictele reprezintă o parte de neevitat a existenței umane. Pentru fiecare dintre noi, întotdeauna există„eu" şi„ceilalți", întotdeauna există„bun" şi„rău", întotdeauna există„al meu" şi„al tău". Conflictul face parte din existența noastră intr-o măsură mai mare decât ne place să acceptăm. Există situații în care nu putem să îl ocolim, iar în unele cazuri controlat, acesta poate îmbunătăți implicarea,motivația şi eficiența în activitate.

Diferențele individuale, care îl fac pe fiecare dintre noi unic, irepetabil, conțin potențiale dezacorduri şi conflicte cu ceilalți oameni. Diversitatea legată de rasă, vârstă, educație, valori, credințe, opinii şi alte calități individuale divizează mediul nostru social, îmbogățindu-l şi amorsând relațiile de tip conflictual.

Acolo unde există mai multe alegeri posibile, există un potențial pentru neînțelegeri. Aceste diferențe, când sunt gestionate corect, pot conduce la soluții creative şi interacțiune în cadrul grupului. Termenul de conflict este utilizat pentru o serie de stări afective ale indivizilor, cum ar fi neliniştea, ostilitatea, rezistența, agresiunea deschisă şi interacțiunea antagonistă, inclusiv competiția.

Termenul de „conflict" provine din latinescul conflictus, şi are sensul de ciocnire, şoc, ceartă, luptă împotriva cuiva. *Conflictul* este caracterizat drept "opoziția deschisă, lupta între indivizi, grupuri, clase sociale, partide, comunități, state cu interese economice, politice, religioase, etnice, rasiale, divergente sau incompatibile, cu efecte distructive asupra interacțiunii sociale".

Definit formal, *conflictul* este o neînțelegere, o ciocnire de interese, un dezacord între oameni privind problemele substanțiale sau emoționale. În timp, noțiunii de *conflict* i-au fost atribuite mai multe înțelesuri ceea ce a generat diferite teorii. Unele dintre acestea consideră *conflictul* un eveniment negativ, o manifestare care semnalează probleme profunde care ar trebui evitate sau suprimate, căutându-i în consecință cauzele şi căile de rezolvare, altele consideră conflictul un eveniment pozitiv, ce împiedică stagnarea, stimulează creativitatea, facilitând astfel efectuarea schimbărilor.

1.1. Cauzele conflictelor

Cauzele conflictelor sunt diverse. Printre cele mai importante amintim următoarele:

Scanned with OKEN Scanner

a) diferențele şi incompatibilitățile dintre persoane;
b) nevoile/interesele umane;
c) lipsa de comunicarea sau comunicarea defectuoasă;
d) lezarea stimei de sine;
e) diferență de valori;
f) nerespectarea normelor explicite sau implicite;
g) comportamentele neadecvate;
h) agresivitatea;

a) Diferențele şi incompatibilitățile dintre persoane

Acestea devin surse ale conflictului din momentul în care sunt exprimate într-o discuție, când sunt afişate ostentativ sau una dintre părți reclamă impunerea propriei valori. Cele mai importante deosebiri generatoare de conflicte sunt:

- unele trăsături de personalitate (exemple: extravertit versus introvertit, adaptativ versus inovativ)
- opinii (exemple: rolul principal în educația copilului îi revine tatălui/mamei/întregii familii)
- atitudini (exemple: toleranță-intoleranță față de bîrfele colegilor, acceptare-neacceptare a pedepsei fizice/autorității)
- valori (credința religioasă în Allah sau în Dumnezeu, prețuirea esteticului în amenajarea biroului-prețuirea practicului; un părinte valorizează cultura şi se străduieşte să-i dea educație copilului, celălalt părinte/copilul prețuieşte realizarea pe plan material, prin avere)
- nevoi (exemple: o persoană preferă temperaturile mai scăzute, alta preferă temperaturile mai ridicate, unul are nevoie de 8 ore de somn pe noapte, celălalt de 6 ore)
- gusturi şi preferințe (alimentație, vestimentație, modalități de agrement şi relaxare)

b) Nevoile/ interesele umane

Oamenii intră în conflict fie pentru că au nevoi care urmează să fie satisfăcute de procesul conflictual, fie pentru că au nevoi neconcordante cu ale altora. Rezolvarea conflictelor se face, de cele mai multe ori, la nivelul intereselor. Interesele pot fi: pe termen scurt sau lung, individuale şi de grup, bazate pe rezultat sau pe proces, conştiente sau inconştiente.

c) Lipsa de comunicare sau comunicarea defectuoasă

Poate îngreuna rezolvarea conflictului în cel puțin două situații: când este absentă (individul nu spune ce îl deranjează,dar acumulează tensiune şi în cele din urmă aceasta se descarcă într-un moment,la un nivel şi într-o manieră care ne iau prin surprindere prin intensitatea şi forma neadecvate) sau defectuoasă (duce la înțelegere eronată, neînțelegeri). Oamenii comunică de cele mai multe ori imperfect, dar presupun că au făcut-o clar. Văzând apoi că ceilalți acționează în virtutea altor informații, ei atribuie acest lucru relei credințe sau

Scanned with OKEN Scanner

distorsionării mesajului la receptor, în nici un caz imperfecțiunii comunicării la nivelul emițătorului, adică al lor.

d) Lezarea stimei de sine

Stima de sine este o componentă afectivă a imaginii de sine. În vreme ce imaginea de sine este ansamblul ideilor pe care un individ le are despre el însuşi, despre trăsăturile de caracter şi corpul său, stima de sine exprimă sentimentele noastre faţă de noi înşine.

Se consideră că stima de sine stă la baza celor mai multor conflicte, deşi nu întotdeauna în mod explicit:

- contestarea, minimalizarea de către o altă persoană a succeselor, realizărilor majore sau critica sistematică ori doar accidentală a modului în care individul a îndeplinit o activitate sau a rezultatului acesteia. Persoana cu stimă de sine ridicată se va apăra şi va aduce argumente în care demonstrează corectitudinea, calitatea, eficienţa actului său. Persoana cu stimă de sine negativă (scăzută) va accepta cu uşurinţă critica, întrucât aceasta îi confirmă odată în plus stima de sine scăzută.

- propunerea/asumarea unor sarcini cu standarde inaccesibile, care depăşesc vizibil capacitatea persoanei, ducând sigur la eşec. Nivelul de aspiraţie mult prea înalt faţă de capacităţile persoanei şi/sau condiţiile externe duce la descurajarea şi pierderea încrederii în sine.

- constrângerea sau convingerea unei persoane să acţioneze contrar conştiinţei sale, este un alt motiv al lezării stimei de sine. Orice încălcare a propriei conştiinţe determină lezarea stimei de sine. Omul se disprețuieşte pentru slăbiciunea de a fi cedat şi devine ostil celui care l-a constrâns ori influenţat în această direcţie.

e) Diferenţe de valori

Valorile sunt credinţele noastre despre ceea ce este important, ceea ce deosebeşte binele de rău şi ce principii trebuie să ne guverneze viaţa. Când le sunt atacate valorile, oamenii reacţionează extrem de dur pentru că se simt contestaţi, simt că se compromit pe ei înşişi şi propria lor integritate. Uneori valorile pot împiedica escaladarea conflictului, atunci când participanţii îşi descoperă unele valori comune.

f) Nerespectarea normelor

Normele sociale sunt standarde sau comportamente comune, acceptate de membrii grupului şi aşteptate de ei.

Unele norme sociale sunt explicite şi pot fi afişate: „Fumatul interzis", „În această mănăstire se intră numai cu capul acoperit" Altele sunt nerostite şi nescrise, dar pot influenţa comportamentul. Există reguli nescrise pentru comportarea în medii aglomerate (lift, mijloace de transport în comun), aşezarea la rând, salut.

Conştient sau nu, sistematic sau accidental noi încălcăm norme şi în felul acesta lezăm, aducem atingere confortului celuilalt. Este una dintre cele mai

Scanned with OKEN Scanner

răspândite cauze ale conflictelor. Din acest motiv se recomandă stabilirea normelor de comun acord la începutul unei relații.

g) Comportamentele neadecvate

Aici putem sesiza următoarele:

- comportamente negative, poate chiar antisociale, manifestate într-un climat normal şi care sunt pe bună dreptate respinse de celălalt/ceilalți indivizi cu care interacționăm (un act de egoism, o minciună).
- comportamente pozitive în sine, ca valoare umană generală, dar atipice neobişnuite în contextul social, cultural sau al relației în care au loc (daruri fără motiv evident, manifestări de simpatie nejustificate).
- comportamente pozitive şi dezirabile social, dar cu mesaj negativ față de partener, fie din cauza unor trăsături constante de personalitate, cum ar fi slaba încredere în sine, susceptibilitatea (dvs. îl invitați la o petrecere a colegilor de muncă, dar el vă bănuieşte de gânduri ascunse), fie din cauza unei stări afective pasagere (este iritat că şeful tocmai i-a respins proiectul, iar dvs. îl întrebați, prieteneşte, care mai este soarta lucrării pe care ştiați că trebuia să o termine; prietena dvs. tocmai a fost părăsită de iubitul ei şi dvs. o întrebați cum mai merge relația lor);
- comportamente neadecvate situației: ținută/companie/fapte necorespunzătoare la revelionul din casa prietenilor pentru că ne apasă amintirea unei mari nenorociri, zâmbetul larg când celălalt se lamentează că şi-a pierdut locul de muncă) etc.

h) Agresivitatea

Între agresivitate şi conflict există o relație reciprocă; agresivitatea este fie cauza, fie forma de manifestare, fie rezultatul conflictului. În termenii conflictului agresivitatea apare ca o modalitate conflictuală de relaționare cu mediul, fie în plan concret – acțional, fie în plan imaginar. Unii indivizi trec prin viață căutând adversari.

1.2. Tipuri de conflicte

Pentru relațiile sociale, comunicarea reprezintă o componentă esențială, o cale spre înțelegere, armonie şi dreptate dar şi o sursă a conflictelor. Ori de câte ori comunicăm, încercăm să convingem, să influențăm, să educăm, urmărind întotdeauna patru scopuri principale :

- mesajul să fie auzit (văzut, citit, mirosit, etc)
- mesajul recepționat să fie înțeles (decodificat)
- mesajul înțeles să fie acceptat
- mesajul să provoace o reacție, o schimbare de atitudine, gândire sau comportament în sensul dorit de emițător.

În proiectarea activității de comunicare în cazul situațiilor de conflict se impune să se ia în considerare toate tipurile de comunicare.Există mai multe tipuri de conflicte dintre care mai importante distingem:

Scanned with OKEN Scanner

1. În funcție de efectele pe care le generează identificăm:

- conflicte constructive (pozitive)
- conflicte distructive (negative)

Nu există conflicte pur distructive şi conflicte pur constructive. Un conflict poate aduce avantaje oamenilor şi colectivităților în funcție de evoluția lui, în acest sens este de analizat: *intensitatea conflictului şi modul de gestionare al acestuia,* însă un conflict poate aduce şi dezavantaje.

Un conflict de o intensitate moderată (pozitiv) poate fi ceva bun pentru performanță şi este un **conflict constructiv**. El permite:

- *testarea ideilor* şi îmbunătățirea practicilor, deoarece părțile implicate au obligația cel puțin morală de a-şi apăra ideile, ceea ce îi poate face să reflecteze mai riguros asupra lor sau chiar să-şi dea seama că au greşit.
- *îmbunătățirea dinamicii grupului*, deoarece stimulează generarea de alternative referitoare la o decizie, împiedicând astfel luarea pripită de decizii. Un conflict poate ridica nivelul de înțelegere a problemelor şi poate creşte implicarea membrilor grupului prin stimularea interesului şi interacțiunii dintre aceştia, a gândirii creative.
- *îmbunătățirea relațiilor*, deoarece o confruntare față în față poate dezvălui motivele pentru care o relație nu a funcționat corespunzător până în prezent, contribuind la normalizarea ei în viitor. Situațiile conflictuale sporesc solidaritatea celor aflați de aceeaşi parte a baricadei. Cei care au experimentat şi înfruntat împreună încercări marcante pentru viața lor vor avea relații mai strânse şi mai durabile, deoarece s-au cunoscut mult mai bine.

Conflictul constructiv face ca indivizii şi organizațiile să devină mai creative şi productive, Conflictul împiedică situațiile de stagnare ale indivizilor şi organizațiilor, elimină tensiunile şi facilitează efectuarea schimbărilor. Acesta permite soluționarea problemelor la momentul oportun. În cadrul acestuia se poate ajunge la o soluție acceptată de cei implicați, comunicarea dintre competitori devine intensă şi demnă de încredere, fiecare parte observă şi răspunde la intențiile celeilalte părți existând o competiție deschisă. Cu cât conflictul avansează şi mizele devin mai importante, cu atât cresc eforturile şi investițiile fiecărei părți existând şanse de a ajunge la o soluție. Conflictul constructiv asigură motivația personalului unei organizații, ducând la un comportament creator, creşte coeziunea şi gradul de organizare precum şi loialitatea grupului.

Un **conflict distructiv** este caracterizat de tendința de expansiune şi escaladare. Această intensificare a conflictului este influențată de importanța şi numărul punctelor de dispută, de numărul participanților de fiecare parte, de importanța şi numărul principiilor şi precedentelor aflate în joc, de cheltuielile pe care participanții sunt dispuşi să le suporte şi de numărul constrângerilor morale pe care cei implicați se simt liberi să le abandoneze în timpul confruntării. În cadrul acestui conflict, comunicarea dintre părți devine anevoioasă, capacitatea fiecărei părți de a observa şi de a răspunde la intențiile celeilalte este serios afectată. Cu cât conflictul avansează şi mizele devin mai importante, şansele ajungerii la o soluție sunt tot mai reduse. Acest conflict are efecte negative

Scanned with OKEN Scanner

asupra realizării obiectivelor organizației iar resursele personale și organizaționale se consumă în condiții de ostilitate, dispreț existând o permanentă stare de nemulțumire.

Teoria și practica au considerat conflictul ca având caracter disfuncțional, fiind un rău de care trebuie să scapi cât mai repede posibil. În ultimii ani, această concepție a fost în mod serios reconsiderată, apreciindu-se că, într-o organizație eficientă, un anumit grad de conflict este necesar. Într-o astfel de concepție, conflictul este inevitabil, iar responsabilitatea șefului este de a-l stăpâni, de a-l soluționa într-un mod care să contribuie la creșterea performanțelor organizaționale.

2. În funcție de nivelul la care se manifestă distingem:

- conflicte intrapersonale
- conflicte interpersonale
  - în cadrul grupului
  - între grupuri
- conflicte de grup.

Conflictul intrapersonal este specific individului care trăiește o stare de competiție între scopuri sau stări emoționale divergente și apare cel mai frecvent atunci când trebuie să alegem între două alternative de valoare egală, când un individ nu știe cu precizie ce trebuie să facă și ce se cere de la el, mai ales atunci când cerințele activității desfășurate sunt în contradicție cu valorile proprii sau cu ambițiile și idealurile personale.

Conflictul interpersonal este o formă a conflictului ce apare și se manifestă între doi sau mai mulți indivizi din același grup sau din grupuri diferite. Persoanele implicate într-un astfel de conflict se pot situa la niveluri ierarhice diferite (conflict vertical) sau se află pe același nivel ierarhic (conflict orizontal). Un alt conflict interpersonal vizează rolurile în muncă (conflictul de rol), și se manifestă atunci când apar discrepanțe între comportamentele efective ale posesorului rolului și așteptările celor din jur. Această situație apare fie datorită neînțelegerii corecte a atribuțiilor de către titular, fie datorită interpretării eronate a celorlalți.

Conflictul în cadrul grupului se referă la divergențe apărute între membrii unor echipe formale (echipă de negociere, echipă de proiect, etc.) sau informale (grup de prieteni).

Conflictul între grupuri este cel în care sunt angajate grupuri distincte (grupări rasiale, etnice, politice) sau colectivități.

3. În funcție de amploarea și intensitatea conflictelor:

- conflicte minore
- conflicte majore

Conflictele minore reprezintă o realitate permanentă a vieții în colectivitate, deoarece oamenii și grupurile au interese și obiective diferite care adesea îi pun în situație de competiție. Divergențele care apar sunt însă de amploare și intensitate redusă și de cele mai multe ori aceste conflicte sunt rezolvate de membrii colectivului.

Scanned with OKEN Scanner

Conflictele majore sunt de o mare intensitate şi angajează un număr important de persoane. Protagoniştii duc o luptă, sunt într-o confruntare deschisă şi au două alternative: victoria sau înfrângerea. Probabilitatea ca acest tip de conflict să devină distructiv este foarte mare, de aceea se impune rezolvarea lui pe baza armonizării intereselor tuturor.

1.3. Etapele conflictului

Forsyth vorbeşte despre patru stadii de dezvoltare a conflictului: *dezacordul, confruntarea, escaladarea şi dezescaladarea*

Dezacordul este considerat ca fiind începutul evoluției conflictului şi apare în interiorul grupului din cauza neînțelegerii cauzelor care l-au produs, precum şi a conştientizării unor probleme a căror importanță este exagerată şi care nu prezintă la bază motive reale de îngrijorare pentru colectivul respectiv, dacă părțile aflate în dezacord se concentrează asupra problemei şi identifică o cale negociată, sunt şanse ca dezacordul să se încheie cu o înțelegere, revenindu-se la situația inițială dintre părți, eventual cu unele transformări calitative ale relației. De cele mai multe ori însă, problema trece pe planul secund, iar „problema" devine cealaltă parte şi astfel este personificat.

Confruntarea conduce la creşterea tensiunii, la intensificarea obligațiilor şi la construirea de „tabere" care ase află pe poziții diferite. Fiecare tabără consideră că are dreptate şi doreşte să impună celeilalte părți soluția sa. Fiecare parte subliniază erorile din gândirea celeilalte. Este faza în care fiecare parte se auto-convinge că singura soluție este să-şi convingă adversarul, să-şi schimbe părerea, să renunțe la poziția lui, acceptând argumentele sale. Acțiunea de persuasiune devine exagerată şi poate degenera în acțiuni de forță, de coerciție cu efect de „bumerang" asupra părților, iar expresia emoțională domină asupra argumentelor logice. Comunicarea în grup, întrucât sunt antrenate mecanisme psihologice şi interpersonale ale luptei care duce la stres personal crescut, atmosferă tensionată, frustrări succesive ce antrenează în lanț ostilități, forme de violență, agresivitate în limbaj. În acest moment, lipsa de încredere creşte şi apare necesitatea unei soluții.

Escaladarea reprezintă etapa în care conflictul atinge punctul culminant, „de vârf" care poate distruge total interacțiunea dintre părți. În cadrul acesteia apare un comportament concurențial exagerat, tensiunile şi ostilitățile de grup sunt scăpate de sub control. Reacția de apărare a fiecărei părți stârneşte violențe, agresivitate maximă.

Dezescaladarea este etapa finală în care părțile implicate în conflict doresc gestionarea acestuia prin stimularea posibilităților de comunicare deschisă între părți prin captarea bunăvoinței părții adverse, prin apariția „celei de - a treia părți" în calitate de mediator, moderator, diplomat, sfătuitor, judecător, expert, toate având ca scop de refacere a interacțiunii sociale, de grup.

Scanned with OKEN Scanner

2. HARTA CONFLICTULUI

Cea mai simplă şi mai eficientă metodă de rezolvare a conflictelor este întocmirea unei hărţi a conflictului. Harta este o listare a nevoilor părţilor într-un ansamblu. Această presupune mai multe etape şi anume:

ETAPA 1. Care este problema ?
Definiți situația problematică într-un enunț general.

ETAPA 2. Cine este implicat în conflict ?
Identificați principalele părți implicate în conflict.

ETAPA 3. Ce vor, de fapt, cei aflați în conflict ?
Care sunt nevoile, temerile ce au semnificație pentru problema aflată în discuție ?

NEVOILE pot desemna dorințele, valorile, interesele sau lucrurile la care ții, ex. o muncă plină de satisfacții şi sigură, respect, recunoaştere şi înțelegere; o casă / un birou ordonat, a avea totul legal şi corect.

Întrebați persoanele aflate în conflict:

„În problema x ..... Care sunt nevoile tale/ voastre majore?"

Câteodată este greu să ne abținem de a trece direct la găsirea soluțiilor, în loc să insistăm pe identificarea nevoilor. În aceste situații îi puteți monitoriza prin întrebări de genul:

„Răspunsul dvs. la problemă este să faceți cutare lucru. Ce nevoi veți satisface?"

TEMERILE reprezintă preocupări, anxietăți, griji

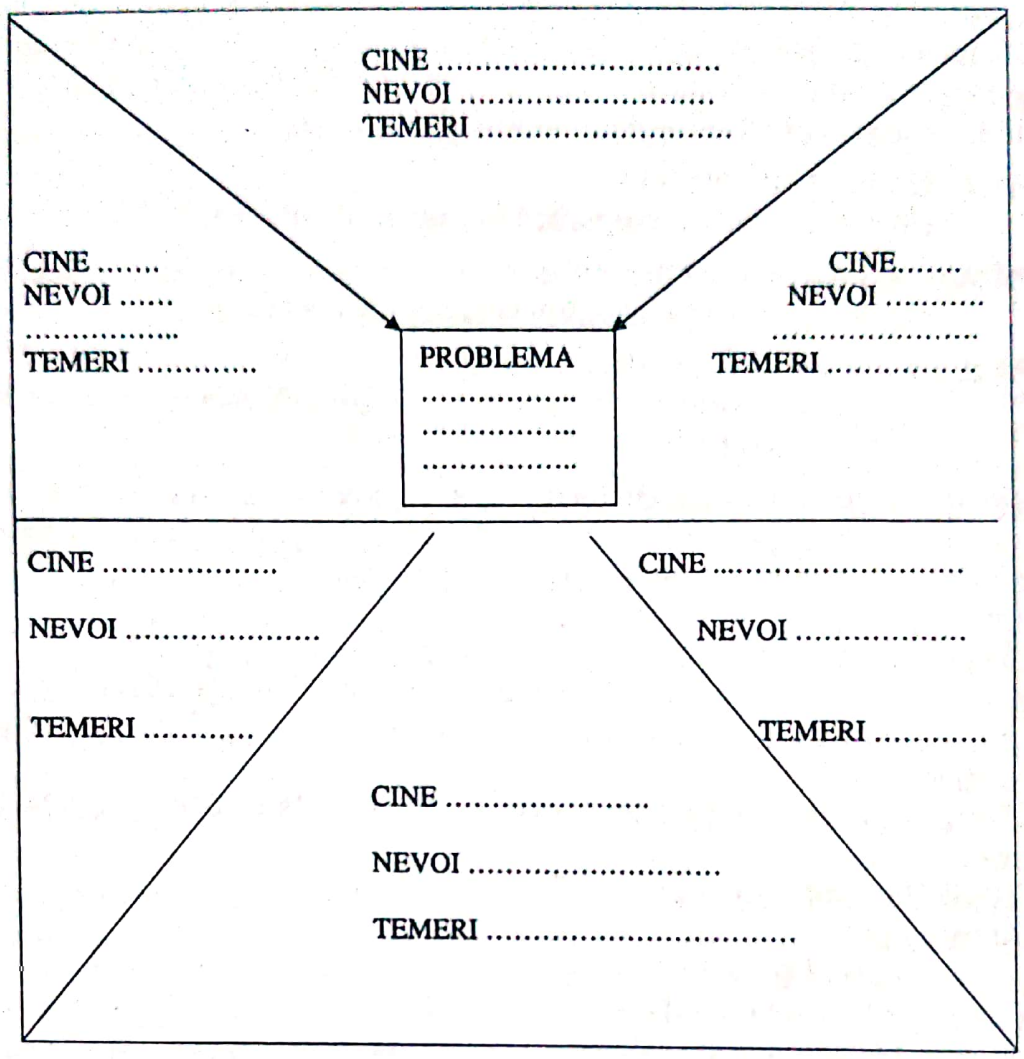
Acestea pot fi:

- eşecul şi compromiterea
- a face ce nu trebuie
- nesiguranța pecuniară
- a fi respins, neagreat, a nu fi iubit
- pierderea controlului
- singurătatea
- a fi judecat sau criticat
- pierderea locului de muncă
- venituri insuficiente
- munca neinteresantă
- a fi subordonat, a primi ordine
- a nu fi respectat.

Trebuie să ne concentrăm asupra nevoilor şi temerilor tuturor părților implicate în conflict înainte de a considera harta terminată.

Harta nu se realizează numai când există un conflict, ea se poate folosi pentru a preîntâmpina conflictul. Folosim hărțile pentru situațiile de actualizare, nu pentru cele pentru care există deja în curs de derulare o strategie de rezolvare.

Scanned with OKEN Scanner



Întocmirea hărții are mai multe avantaje

- structurează dialogul şi deseori evită emoțiile negative excesive. Oamenii îşi pot pierde controlul oricând, dar au tendința de a fi mai temperați în timpul alcătuirii unei hărți.
- Creează un proces de grup în care problema poate fi ridicată în mod cooperant.
- Oferă un cadru în care oamenii pot spune care le sunt nevoile.
- Realizează empatia, bucurându-se de recunoaşterea oamenilor care, poate, până atunci nu simțiseră că sunt înțeleşi.
- Te ajută să înțelegi mai limpede atât propriul punct de vedere, cât şi pe al celorlalți.
- Organizează punctele de vedere ale tuturor participanților asupra problematicii în discuție.
- Relevă noi direcții.

Scanned with OKEN Scanner

Modalităţi de gestionare a conflictului

În cadrul abordării conflictelor se pot folosi mai multe modalităţi de gestionare a acestora şi anume:

1. abandonul
2. reprimarea
3. victorie/înfrângere
4. compromisul
5. victorie/victorie

1. Strategia orientată spre abandon/evitare – apare atunci când te retragi fizic sau emoţional dintr-un conflict. Reprezintă hotărârea de a scăpa de conflict prin părăsirea situaţiei, refuzul de a vorbi, părăsirea locului, pedepsirea celuilalt prin tăcere, ruperea relaţiei prin retragere tăcută, fără explicaţii. Abandonul înseamnă hotărârea fermă de a scăpa. În această situaţie ambii parteneri au de pierdut. Această abordare priveşte conflictul ca pe o situaţie ce trebuie evitată cu orice preţ. În opinia unora, conflictul poate fi ţinut sub control prin ignorare, însă aceasta poate duce la un grad sporit de frustrare pentru părţile implicate. Evitarea conflictului se poate face prin schimbarea subiectului, ignorarea unei afirmaţii sau prin atribuirea responsabilităţilor în altă parte, spre o altă persoană. Deşi evitarea poate oferi o oarecare reducere a stresului creat de conflict, în realitate nu schimbă situaţia, ceea ce înseamnă că eficienţa acestei strategii este limitată şi deci nu este recomandată. Dacă nu se iau măsuri pentru aplanarea conflictului, este foarte probabil ca acesta să izbucnească din nou. Conflictul nu dispare „de la sine" ci rămâne în stare latentă.

2. Strategia bazată pe reprimare reprezintă refuzul de a lua act de existenţa unui conflict, este comportamentul la care recurgem când avem nevoie de pace cu orice preţ. A reprima un conflict puternic înseamnă a nu vorbi despre aspectele sale importante. Dacă păstrezi tăcerea, cealaltă persoană nu ştie tot ce se petrece cu tine. Chiar atunci când celălalt simte că ceva nu este în regulă, el nu-şi poate da seama care este, de fapt, problema.

3. Strategia victorie/înfrângere este adesea rezultatul unei tendinţe inconştiente de a vă proteja de durerea eşecului. Aceasta este o confruntare de forţe, în care una din părţi câştigă. Poate avea efecte întârziate: învinsul poate să nu suporte o decizie care s-a luat fără să se ţină seama de el, şi ca atare, să încerce chiar sabotarea ei. Învinsul de astăzi poate refuza să coopereze mâine. Această strategie minimalizează cooperarea, părţile sunt necooperante şi sunt hotărâte să realizeze interese în dauna celuilalt grup, apelând pentru aceasta destul de des la autoritate. Este un mod de abordare a conflictului orientat spre putere.

4. Strategia orientată spre compromis în care ambele părţi cedează câte ceva în mod condiţionat pentru a rezolva problema. „Las eu dacă laşi şi tu". Aceasta înseamnă că părţile aflate în conflict, conştientizând faptul că riscul declanşării unui conflict este prea mare, au în vedere atât propriile interese, cât şi pe cele ale părţii oponente, sau, altfel spus se acceptă parţial punctul de vedere al celorlalte părţi.

Scanned with OKEN Scanner

5. Strategia victorie/victorie („Vreau să câştig, dar vreau ca şi tu să câştigi")

Avantajele abordării victorie/victorie sunt acelea că descoperă soluţii mai bune, relaţiile se îmbunătăţesc şi se consolează. Când ambele persoane câştigă, ambele susţin soluţia aleasă. În cadrul acesteia părţile acceptă dialogul şi văd conflictul ca pe o provocare a capacităţii lor de a-l soluţiona.

Această strategie reclamă că la început să aflăm mai multe despre problemă şi să exploatăm variantele posibile înainte de a ne gândi la soluţia finală.

Ea creează parteneri, nu adversari. Înseamnă să cauţi căi de a-i implica şi mulţumi pe fiecare. Poate asigura succesul în profesie şi îmbogăţeşte viaţa personală.

Aceasta poate funcţiona chiar şi atunci când încrederea dintre părţi este foarte slabă. Dacă bănuiţi că una dintre părţi va ţine să aibă ultimul cuvânt, puteţi face ca acordul să fie reciproc. De exemplu, „Fac X pentru tine, dacă faci Y pentru mine". Abordarea victorie / victorie constituie cea mai valoroasă strategie din cele enumerate mai sus. Aceasta presupune parcurgerea următoarelor etape:

a) Aflaţi de ce le trebuie celor aflaţi în conflict ceea ce vor:

b) Găsiţi punctele de corespondenţă între diferenţe

c) Schiţaţi noi opţiuni, prin care fiecare să obţină cât mai mult din ceea cei-i trebuie.

d) Lucraţi împreună. Arătaţi clar că sunteţi parteneri, nu adversari.

Răspunsul la un conflict constă în transformarea acestuia în şansă. Înseamnă să extragi dintr-o situaţie tot ce este mai bun.

Pentru a fi în măsură să adoptăm cu succes o strategie de tip câştigător – câştigător este nevoie să împărtăşim unele convingeri:

- În orice conflict trebuie să existe o soluţie reciproc acceptabilă, ceea ce înseamnă că se pot obţine obiective diferite în maniere acceptabile pentru ambele părţi;
- Diferenţele de opinie pot şi trebuie să existe, deoarece conduc la noi puncte de vedere şi pot stimula creativitatea; trebuie preţuite opiniile celorlalţi şi minimalizată pe cât posibil interferenţa diferenţelor de statut ierarhic pentru a nu degenera în strategii de tip câştigător – necâştigător („care pe care");
- Trebuie să avem încredere în partenerul de conflict deoarece atitudinea de încredere atrage după sine încredere;
- Cooperarea este preferată competiţiei iar diferenţele de opinii sunt o parte importantă a cooperării, numai managerul incompetent şi lipsit de încredere în sine se va simţi tot timpul în competiţie; deşi competiţia stimulează performanţa, ceea ce se impune cu prioritate este interdependenţa, deoarece foarte puţine sarcini sau activităţi pot fi îndeplinite fără cooperare.

Prin urmare, strategia de colaborare, deşi necesită timp, energie, exerciţiu şi creativitate, are avantaje evidente care duc, în cele din urmă, la îmbunătăţirea relaţiei în comunitate.

Scanned with OKEN Scanner

3. COMUNICAREA – FORMĂ EFICIENTĂ DE GESTIONARE A SITUAȚIILOR CONFLICTUALE

Polițistul în activitatea sa, se confruntă adesea cu multiple conflicte. În cadrul conflictelor care se manifestă la nivelul unei comunități, poliția are o poziție imparțială față de părți, dar de neutralitate față de obiectul disputei dintre ele. Ea aplică prevederile legii atunci când aceasta este încălcată.

Uneori aplicarea legii nu este percepută ca egală cu noțiunea de dreptate de către părțile aflate în conflict, iar intervenția poliției poate fi percepută ca părtinitoare sau arbitrară în deciziile pe care le adoptă. De aceea sunt necesare cunoașterea dinamicii conflictului, a etapelor acestuia, a tehnicilor de intervenție și a strategiilor optime pentru a reduce escaladarea violenței în conflict și/sau reducerea conflictului între grupurile din cadrul comunității sau între acestea și polițe.

Privind dinamica conflictului pot fi diferențiate 3 segmente în care rolul Poliției este diferit:

- înainte de violențe, pentru a preveni;
- în timpul violențelor, pentru oprirea acestora;
- după violențe, după reconstruirea păcii și prevenirea revenirii conflictului în faza violentă.

Prevenirea unui conflict se poate realiza în primul rând prin cunoașterea zonei de competență, a conflictelor existente sau potențiale din comunitate și prin întocmirea unei fișe a conflictului care să cuprindă următoarele elemente:

MINISTERUL INTERNELOR ȘI REFORMEI ADMINISTRATIVE
INSPECTORATUL DE POLIȚIE AL JUDEȚULUI

NR. ..... DATA .....

FIȘA CONFLICTULUI

Descrierea pe scurt a situației constatate:
La data de ....., în localitatea .....

1) Situația prezentă

Ce se întâmplă acum?
Poate fi făcut primul pas către o rezolvare mediată sau este necesară o strategie de impunere a opririi violențelor?

2) Istoria conflictului

Care au fost evenimentele importante între părți?
Au avut acestea confruntări anterioare?
Au fost schimbări recente în relațiile dintre părți?
Ce eforturi au fost deja făcute pentru rezolvarea problemei și de ce au eșuat?

Scanned with OKEN Scanner

3) Contextul în care au loc confruntările

Cum îşi rezolvă părţile în mod obişnuit confruntările?
Care este atmosfera psihologică a conflictului?
Cum comunică părţile şi iau deciziile?

4) Părţile implicate

Identificarea părţilor direct implicate în conflict?
Care este poziţia părţilor? Cum îşi expun cererile?
Care sunt interesele ascunse ale părţilor? Care sunt dorinţele lor reale?

5) Valorile comune şi divergenţele

Care sunt percepţiile despre cealaltă parte?
Au părţile o poziţie autoritară? Au ele puterea de a negocia şi lua decizii?
Au părţile puterea de a alege? Dacă da, care sunt relaţiile cu cei aleşi? Şi cum se consultă cu cei aleşi?

6) Raportul de forţe dintre părţi şi cum este folosit

Are o parte un ascendent de putere faţă de cealaltă?
Există un echilibru relativ de putere? Dacă nu, cum vor avea efectele negocierii un răspuns afirmativ?
Care este sursa puterii? Formală, informală resurse, relaţională morală, informaţională, personală.
De ce resurse dispune fiecare parte?
Îşi folosesc părţile puterea/dacă da, care au fost rezultatele?
Ce resurse de putere părţile nu le-au folosit?

7. Părţi adiţionale sau pe care se poate miza

Ce persoane sau grupuri pot să fie interesate de confruntări, acţionând pentru rezolvarea lor sau pentru întreţinerea lor, respectiv intervenţia din afară neutră sau partinică. Primele vor fi contactate, următoarele vor fi izolate, căutându-se reducerea influenţei negative.

8. Identificarea sursei evenimentelor

Care este prima problemă care a fost identificată între părţi?
Este ura problema sau rezultatul stării dintre părţi?
Ce fel de probleme sunt, de date, relaţii, valori, interese, structurale?
Este o situaţie, un motiv sau decizie care pentru moment nu poate fi schimbată ? Una sau ambele părţi sunt reticente la schimbare?
Ce tip de intervenţie este necesară pentru tipul de problemă identificată? Este acest conflict un început sau este rezultatul nerezolvării altor conflicte?

9. Stadiul conflictului

Este conflictul în escaladare sau staţionar? Care sunt argumentele?
Dacă escaladează, ce se întâmplă?
Motivaţia conflictului se mută de la particular la general?

Scanned with OKEN Scanner

Se constată o scădere a motivației conflictului sau resurselor folosite pentru a susține confruntările?
Dezacordul se întoarce către antagonisme?
Părțile amenință cu folosirea forței?
Sunt părțile polarizate şi conturate? Liderii au manifestări de extremism?
Dacă este stabilizat, ce se întâmplă?
Funcționează un sistem de refulare a tensiunilor sociale?
Escaladarea se face în ciuda respectării regulilor (cinstită) între părți? Ce indicatori dau această percepție?
Există o înțelegere (acceptare) între norme şi valori? Înțelegerea se bazează pe un document?
Sunt asistenți sociali, prieteni, căi de comunicare între părțile aflate în conflict?
Cum pot fi folosite, între altele, părțile indirect sau colateral interesate pentru a influența grupul sau persoanele la construirea încrederii sau la aşezarea părților la masa tratativelor.
Este a treia parte neutră care este dispusă să intervină?
Este un interes comun?
Sunt constrângeri de timp sau alte limitări care sunt folosite pentru continuarea conflictului?

10) Luarea deciziei de intervenție

Este timpul optim de a interveni?
Planul de intervenție este în direcția lucrurilor percepute de părți ca soluție?
Este bine ca părțile să fie interesate pentru o intervenție imediată sau ar trebui să fie aşteptat alt moment?
Cine poate beneficia de o intervenție imediată ? Cine beneficiază de o amânare?

11) Alternative şi opțiuni

Care sunt părțile dispuse şi acceptate pentru a negocia acordul şi care sunt cele interesate în continuarea confruntărilor?
Cum sunt informate părțile despre alternative sau opțiuni?
Au părțile alternative sau opțiuni pentru rezolvarea divergențelor?
Ce paşi au întreprins părțile pentru punerea în practică a alternativelor?
Cât de realiste sunt părțile pentru punerea în practică a alternativelor?
Ce trebuie să ştim atunci când suntem puşi în situația de a lua decizii?

Pentru gestionarea unui conflict cea mai valoroasă abordare este strategia victorie/victorie. Aceasta se realizează prin mediere care transformă lupta în fair-play. A media înseamnă a mijloci o înțelegere între două sau mai multe părți adverse. Mediatorul în viața de zi cu zi poate fi un coleg, un prieten care atunci când apar diferende le consiliază prin sfaturi, este imparțial, rămâne obiectiv.

Scanned with OKEN Scanner

Poliţistul are rolul de mediator între părţile aflate în conflict. Înainte de a începe medierea de a aduce părţile împreună, poliţistul trebuie să discute cu ele individual astfel încât:

- să câştige încrederea unul faţă de altul;
- să îi motiveze să se confrunte cu disputa şi să o rezolve;
- să se asigure că se păstrează confidenţialitatea informaţiilor;
- să clarificaţi rolul dvs. ca mediator;
- să ceară părţilor o părere de ansamblu asupra situaţiei;
- să existe un angajament din partea fiecărei părţi.

Rolul de mediator al poliţistului constă în faptul că nu judecă ceea ce părţile povestesc (bine, rău) şi nici nu ia apărarea vreuneia dintre părţi; îi ajută să se concentreze asupra problemelor şi să caute soluţii care sunt acceptabile pentru amândouă părţile; clarifică autoritatea fiecărei părţi, de a negocia şi încheia acorduri, confirmă limitele temporare pentru sesiunea de mediere, foloseşte un ton pozitiv şi încurajator.

Pentru a realiza o mediere eficientă trebuie să se ţină cont de următoarele recomandări:

- Se vorbeşte pe rând, câte o persoană, în timp ce ceilalţi ascultă;
- Toate informaţiile relevante trebuie împărtăşite şi celorlalţi;
- Fiecare vorbeşte din propria perspectivă, reducând astfel învinuirile.

În orice tip de conflict poliţistul trebuie să ţină seama, atunci când comunică, de următoarele aspecte:

- să folosească un limbaj simplu, clar;
- să evite ambiguitatea;
- să evite jargonul sau limbajul prea tehnic.

Avantajul medierii constă în faptul că ajută oponenţii să facă mai uşor concesii cu consecinţe care conduc mai rapid şi mai eficient la rezolvarea conflictului.

Medierea se poate realiza prin :

- contact direct, atunci când părţile implicate sunt dornice să coopereze şi să ajungă la o înţelegere
- contact indirect, atunci când intensitatea conflictului este foarte mare şi poate lua amploare.

Importanţa rolului pe care îl are mediatorul este dată de funcţiile pe care trebuie să le îndeplinească acesta pe parcursul negocierii. El trebuie să asigure o confruntare deschisă, să pună accent pe motivaţia reciprocă a tuturor celor prezenţi la masa discuţiilor. Poliţistul se va asigura că sunt luate în discuţie toate punctele divergente, va stabili care este ultimul punct asupra căruia părţile au căzut de acord, va clarifica argumentele fiecărei părţi şi va încerca să creeze o viziune comună şi să găsească soluţii posibile. În final, se va asigura că soluţiile convenite de comun acord vor fi aplicate corespunzător. Este posibil ca în unele situaţii, poliţistul să încerce să prezinte părţilor implicate, sub o altă perspectivă, datele problemei, astfel încât să inducă celor prezenţi noi opţiuni de rezolvare a conflictului.

Prevenirea conflictului devine eficientă dacă se poate anticipa apariţia situaţiilor care pot genera conflicte. Strategiile pentru reducerea conflictelor sunt

Scanned with OKEN Scanner

utile în momentul imediat următor escaladării conflictului. Atunci se poate apela la soluţii precum: folosirea unor persoane cu influenţă asupra grupului/grupurilor implicate pentru reducerea intensităţii conflictului, precum şi identificarea unor obiective comune pentru realizarea coeziunii grupurilor în vederea atingerii lor, etc. Strategiile de rezolvare a conflictelor presupun ajungerea la un acord comun, de către părţile implicate. Pentru aceasta trebuie să se evite unele situaţii de genul: una din părţi nu întreprinde nici o acţiune pentru a rezolva conflictul; solicitarea unei perioade de timp mai lungi pentru gestionarea conflictului, ascunderea declanşării conflictului, etc.

O altă modalitate de rezolvare a conflictelor este soluţionarea acestora în mod direct. Aceasta se realizează prin confruntarea părţilor. Pentru a aplica această metodă este necesară parcurgerea unor etape după cum urmează: admiterea,de către cel puţin una dintre părţi, a faptului că există un conflict şi că este obligatoriu să se treacă la etapa următoare, adică la confruntarea propriu-zisă; în cadrul confruntării se vor analiza posibilităţile de eliminare a stării conflictuale, pe care una sau mai multe părţi o pot considera ori ca fiind inexistentă, ori ca având o importanţă mai mică din punct de vedere conflictual, dacă în această fază nu se găseşte o soluţie, vor urma alte etape, şi anume: identificarea sursei conflictului, a ceea ce a dus la declanşarea conflictului, stadiul în care fiecare parte îşi evaluează ceea ce este în favoarea sa şi caută, din nou, o soluţie; după momentul în care părţile convin asupra soluţiei, se va trece la ultima etapă – verificarea aplicării soluţiilor adoptate de părţile implicate.

Poliţistul îndeplineşte următoarele funcţii în cadrul procesului de mediere:

Pe parte de conţinut:

- ajută părţile să-şi clarifice problemele şi interesele;
- ajută părţile să găsească datele şi informaţiile relevante:
  - să stabilească criterii obiective;
  - să identifice limitările realiste.

Pe parte de procedură:

- ajută părţile să ajungă la masa negocierii;
- ajută structurarea procesului:
  - aranjează întâlnirea;
  - stabileşte agenda de lucru;
- ajută părţile să înregistreze progrese.

Pe parte de comunicare

- menţine canalele de comunicare deschise;
- ajută părţile să-şi exprime emoţiile şi să şi le stăpânească;
- ajută părţile să decodifice" şi să se înţeleagă reciproc;
- ajută părţile să nu se discrediteze.

Poliţistul trebuie să ţină cont de faptul că medierea nu este posibilă în toate cazurile mai ales atunci când:

- prezenta mai multor părţi sau a persoanelor sau grupurilor tangente nu poate fi exclusă;

Scanned with OKEN Scanner

- una dintre părți o poate învinge uşor pe cealaltă pentru că are anumite atuuri (diferenţă mare în raportul de putere);
- părţile nu ştiu să negocieze;
- părţile nu au capacitatea de a identifica interesele comune, sau le minimalizează;
- părţile sunt interesate numai în învingerea totală a celeilalte părți.

Pentru a realiza gestionarea eficientă a conflictului polițistul trebuie să aibă abilități de comunicare eficientă prin intermediul tehnicilor de persuasiune şi argumentare, pentru a câştiga respectul părților, a încuraja părțile să vorbească şi a conduce părțile spre o rezolvare paşnică a disputei.

Comunicarea este o activitate esențială în condițiile apariției unui conflict deoarece: timpul avut la dispoziție este scurt, informaţia este insuficientă, se impune combaterea zvonurilor şi realizarea unei relații apropiate, este nevoie de feed-back imediat şi uneori se impun dezbateri, negocieri.

În concluzie, putem afirma că deprinderile de comunicare sunt dobândite, însă trebuie perfecționate întrucât dificultățile de comunicare duc la conflicte şi acestea reprezintă o problemă actuală pentru desfăşurarea oricărei activități.

Scanned with OKEN Scanner

ARGUMENTAREA

În contextul social şi organizaţional actual, necesitatea cunoaşterii şi aprofundării cunoştinţelor privind comunicarea este un deziderat al tuturor poliţiştilor bine pregătiţi profesional. Comportamentul nostru profesional şi social este supus evaluării critice a cetăţeanului şi prin prisma modului în care comunicăm. În general comportamentul uman pendulează între raţionalitate şi iraţionalitate. Raţionalitatea în comportament trimite la gândirea şi acţiunea ordonată, consecventă care se finalizează prin claritatea, precizia, prezentarea cu tact a ideilor, calităţi ce se reflectă în decizii şi fapte. Corolarul tuturor acestor virtuţi este responsabilitatea. Iraţionalitatea în comportament trimite la sacrificarea condiţiilor logice la explicaţii şi justificări incoerente, pătrunse de sentimente şi impulsuri oarbe care se finalizează prin agresivitate, neprofesionalism şi dezorganizare a relaţiilor sociale.

Într-o societate civilizată reprezentanţii autorităţii statului trebuie să acţioneze conform principiului „**forţa dreptului** şi nu **dreptul forţei**" iar această „forţă a dreptului" înseamnă, în mare parte, **convingere**. Într-un stat de drept *forţa dreptului* nu se impune deci orbeşte, ci prin *convingere*, prin acceptarea şi asumarea necesităţii ca expresie a intereselor fundamentale ale comunităţii umane.

1. RETORICĂ ŞI ARGUMENTARE

Retorica este arta sau ştiinţa comunicării plăcute şi frumoase. Ea trebuie să convingă, să influenţeze auditoriul în aşa fel încât ideile, trăirile şi convingerile noastre să fie însuşite de acesta, să devină indispensabile şi să ia caracterul unor idei sau hotărâri proprii. De multe ori ea nu reprezintă doar transmiterea de idei şi gânduri. Trebuie să ajute la combaterea ideiilor altor oratori. Arma retoricii în această luptă aprigă a persuasiunii este elocinţa (darul de a ne exprima frumos şi convingător). Convingerea se face aşadar prin argumentaţie bogată, riguroasă şi vorbire plăcută.

Apărută în Grecia antică retorica a cunoscut o dezvoltare sinuoasă şi cu multe urcuşuri şi coborâşuri. Pe lângă rolul beletristic şi persuasiv pe care l-a avut, retorica are şi un rol cognitiv, ea făcând parte în multe culturi din programa studiilor superioare.

De-a lungul secolelor retorica a cunoscut diferite modificări. În Evul Mediu a fost cultivată în cadrul celor „şapte arte liberale", ea devenind o ştiinţă rigidă ale cărei reguli şi precepte erau asimilate mecanic. Epoca modernă a subordonat-o altor domenii ca viaţa parlamentară sau ştiinţele juridice. Transformarea retoricii s-a făcut din cauza modificării metodelor de transmitere a informaţiilor de la oral la scris. Din moment ce cărţile devin usor de achiziţionat retorica pierde din importanţa practică zilnică. Scrierea duce şi la o aprofundare a cunostinţelor devenind o ştiinţă dedicată elitei. **Noua retorică** nu mai este arta vorbirii

Scanned with OKEN Scanner

elegante, ci teoria comunicării persuasive: argumentarea devine o componentă esențială a activității discursive în general, a celei politice, publicitare în particular. Se pune astfel problema transformării retoricii într-o matrice a științelor umane.

Retorica utilizează argumentarea, opusă demonstrației, întâlnite în științele exacte, care duce la descoperirea unor adevăruri indubitabile.

Spre deosebire de demonstratie, argumentarea are următoarele **caracteristici**:

- *se adreseaza cuiva anume, căruia i se ia în considerare caracterul, obiceiurile, gândirea, emoțiile, credințele, în timp ce demostrația este valabilă pentru oricine;*
- *argumentarea se sprijină pe premise care nu sunt în mod necesar dovedite sau evidente, ci doar verosimile;*
- *argumentarea foloseşte limba naturală, în opoziție cu limbajele artificiale;*
- *în argumentare, legătura logică nu e constrângătoare, ea poate fi mai puternică sau mai slabă;*
- *ea este rareori imbatabilă şi poate fi combătută sau respinsă prin alta.*

Pentru marii filozofi, retorica este o disciplină căreia îi revine o mare responsabilitate pe plan social, pentru că domeniul său predilect este acela al deliberării ce stă sub semnul verosimilului. Spre deosebire de dialectică, în retorică nu este vorba de a susține o teză, o idee, ci de a apăra o cauză, în joc fiind destinul judiciar, politic sau moral. O lume în care dacă totul ar fi catalogat o dată pentru totdeauna, n-ar mai fi loc nici pentru arte, nici pentru sentimente, nici pentru existența umană, asa cum este ea înțeleasă în mod obişnuit.

Atât în viața personală cât şi în cea profesională polițistul este pus în situația de a convinge o persoană de oportunitatea unei acțiuni, veridicitatea unei fapte, justețea unei idei, etc.

Toate aceste situații implică **argumente, adică justificarea afirmației pe care o face.**

Argumentarea se poate defini drept o *acțiune logică prin care o persoană, pe baza unor judecăți, raționamente, probe , demonstrații, convinge pe cineva de justețea, temeinicia unor idei cu scopul de a-i influența opiniile, a-i schimba atitudinile sau a-i modifica conduita.*

Argumentarea poate fi analizată prin două elemente: ***eficiența*** şi ***obiectivitatea***.

Eficiența este dependentă de calitatea mesajului transmis, de modul în care acesta incită la schimbare în mod pozitiv şi de inteligibilitatea lui.

Obiectivitatea se va realiza dacă polițistul ține cont de natura convingerilor interlocutorului şi temeiul lor.

Acțiunea de argumentare este un demers prezent în orice act de comunicare prin faptul că susținem, întărim, probăm puncte de vedere.

Într-o argumentare sunt prezente **două elemente logice**: *o idee* de susținut, care este *concluzia* acestui demers şi *temeiurile* aduse pentru a o susține sau *premisele* pe baza cărora concluzia este susținută.

a) *Premisele sunt propoziții explicite sau nu* şi sunt de mai multe feluri:

Scanned with OKEN Scanner

- **propoziţii cognitive**, care transmit o informaţie. Ele sunt corect construite atunci când semnificaţia transmisă este clară fără echivoc. **Ex. Mâine la ora de comunicare toţi elevii clasei 135 vor fi evaluaţi.**

- **propoziţii de valoare**, care exprimă o apreciere pozitivă sau negativă. Ele exprimă de cele mai multe ori puncte de vedere personale şi de aceea pot fi subiective (când sunt rezultatul unor stări sau reacţii personale) sau pot fi obiective atunci când nu depind de nimic din ceea ce gândeşte, crede sau simte o persoană. **Ex. Este uşor să înveţi la drept penal.**

- **propoziţii morale**, care exprimă aprecieri cu privire la ce este bine sau rău. În cazul lor trebuie stabilit foarte clar ce anume se înţelege prin bine sau rău, pentru a putea evita formularea unor propoziţii vagi. **Ex. Nu este bine să încalci normele morale şi sociale pentru că vei fi pedepsit.**

Într-o argumentare validă pot avea rol de premise numai propoziţiile care au valoare de adevăr.

b)*Concluzia unei argumentări este o* ***propoziţie declarativă*** *cu valoare de adevăr.* Fiecare element al concluziei trebuie susţinut de premise. Dacă nu este astfel înseamnă ori că propoziţia respectivă nu este concluzia textului, ori că nu sunt date în text toate premisele necesare.

Orice argumentare vehiculează un ansamblu de *idei* dintr-un domeniu oarecare, ce constituie *câmpul argumentării.* Acest ansamblu de idei constituie argumentele prin care se încearcă probarea unei concluzii. Argumentele sunt aduse în atenţia interlocutorului cu ajutorul *judecăţilor argumentative.*

Aceste judecăţi se împart în trei categorii:

Judecăţile de observaţie sunt acele judecăţi de descriere prin care o anumită realitate (fapte, situaţii,relaţii) este adusă la cunoştinţa interlocutorului. Acestea nu sunt cunoscute direct ci prin intermediul descrierilor. Rolul lor este acela de a aduce la cunoştinţa interlocutorului o realitate pe care acesta nu a cunoscut-o, sau a cunoscut-o cândva dar emiţătorul o vrea prezentă în momentul dialogului.

Judecăţile de valoare sunt judecăţi cu semnificaţie care exprimă atitudinea subiectului faţă de conţinutul unei fapte, situaţii, comportament.

Judecăţile de prescripţie sunt rezultatul observaţiilor şi evaluărilor. Ele au ca intenţie, atunci când sunt comunicate, să-l determine pe receptor la acţiune.

Judecăţile utilizate într-o intervenţie argumentativă sunt importante din două perspective: dacă judecăţile sunt adevărate atunci se face economie în argumentare, iar dacă sunt false atunci ele au rolul de a respinge argumentele.

Printre cele mai des folosite forme de argumente enumerăm:

Argumente bazate pe fapte - sunt prezente în multe domenii de activitate. În munca de poliţie argumentul bazat pe fapte trebuie să ţină cont de următoarele principii:

- faptele trebuie să se adapteze tipului de auditoriu pe care îl vizează argumentarea. Anumite categorii de auditoriu reacţionează favorabil la anumite fapte şi nefavorabil la altele. Pentru acest motiv trebuie aduse ca argumente doar faptele la care interlocutorul reacţionează favorabil.

- faptele aduse ca probe trebuie să se coroboreze între ele. Este o cerinţă imperativă deoarece nici o argumentare nu trebuie să conţină fapte care

Scanned with OKEN Scanner

se contrazic între ele şi care aparţin aceluiaşi emiţător. Concret acest lucru nu este perfect realizabil în munca de poliţie unde există fapte favorabile care incriminează vinovăţia unei persoane (prezenţa la locul faptei, amprentele, mărturiile acuzatoare) şi fapte nefavorabile care îl disculpă (circumstanţe atenuante, neconcordanţe în mărturii, etc.)

- faptele aduse ca probă trebuie să fie relevante, adică între ele şi concluzia argumentării trebuie să existe o relaţie de condiţionare. Dacă un enunţ care exprimă un fapt nu se află într-o relaţie de întemeiere cu concluzia, atunci se spune că faptul nu este relevant pentru susţinerea sau respingerea argumentării.

Argumente bazate pe exemple - constituie în cele mai multe cazuri, puncte de plecare ale generalizărilor. De multe ori exemplele sunt selectate din domeniul faptelor însă ele se pot selecta şi din domeniul valorilor atitudinilor, acţiunilor. Ca şi în cazul precedent putem identifica criterii de eficienţă argumentativă:

- exemplele trebuie îmbinate cu alte tipuri de argumente şi asumate în proceduri argumentative diferite. În munca de poliţie un exemplu singular nu are forţa necesară pentru a confirma sau infima o teorie cu privire la o faptă, situaţie, individ. Spre exemplu **un recidivist poate fi autorul unui număr mare de infracţiuni dar nu şi al faptei pentru care este suspectat ca fiind din nou autor**. În consecinţă oricâte fapte ar avea la activ, funcţionează şi în cazul lui prezumţia de nevinovăţie, iar aceasta pentru că exemplele oricât de multe şi de importante ar fi, nu pot confirma în totalitate vinovăţia.

- exemplele să aibă o forţă mai mare decât generalizarea la care sunt puse să contribuie. Exemplul este adus în disputa argumentativă cu intenţia de a atrage atenţia asupra unui fapt, a unei situaţii. Pentru a –şi îndeplini scopul, el trebuie să atragă atenţia interlocutorului şi o poate face numai dacă forţa sa de sugestie este mai mare decât nivelul generalizării ce se doreşte să se obţină.

Ca şi în cazul argumentării bazate pe fapte, argumentarea cu ajutorul exemplelor trebuie să ţină cont de: adaptarea lor la auditoriu (să fie interesante), coroborarea exemplelor între ele (să nu fie contradictorii), autenticitate (să lase impresia că se petrec aievea în faţa auditoriului).

Argumente bazate pe autoritate - în viaţa de zi cu zi **apelăm frecvent la un medic atunci când suntem bolnavi**, la psiholog atunci când avem o problemă de adaptare etc, deoarece îi considerăm ca având autoritate în aceste domenii. Pentru ca cineva să aibă autoritate într-un domeniu trebuie îndeplinite două condiţii: să aibă competenţă în domeniu şi competenţa să fie recunoscută de către celălalt.

Pentru eficienţa acestei forme de argument trebuie să se ţină seama de:

- limitele proprii de competenţă, limitele domeniului de competenţă ale celuilalt şi să identifice cazurile când se poate apela raţional la autoritate.

- autoritatea invocată trebuie să satisfacă cerinţa unui consens minimal în legătură cu afirmaţiile sale. Chiar dacă o persoană este o autoritate într-un domeniu, nu există nici un temei necesar ca toate afirmaţiile sale să fie inatacabile.

Scanned with OKEN Scanner

Argumentarea este un demers prezent aproape tot timpul în viaţa noastră. Într-un fel sau altul, argumentarea apare mereu în actul de comunicare prin faptul că susţinem, întărim sau probăm puncte de vedere. Pentru poliţist este important să aleagă întotdeauna argumentarea potrivită. Să nu aducă prea multe argumente şi justificări acolo unde nu este necesar pentru că va plictisi, dar nici să nu economisească argumentele atunci când aprecierile şi ideile lor reclamă argumente care trebuie susţinute şi ele cu alte argumente.

Argumentarea ca acţiune de convingere trebuie să ţină seama şi de celălalt. Concepţia de lucru în cadrul instituţiei poliţieneşti se bazează pe un dialog permanent şi eficient între poliţişti şi cetăţeni adică o bună comunicare interpersonală. În această situaţie subiecţii participă efectiv la elaborarea, analiza şi soluţionarea unui anume tip de problemă, sub forma disputei sau colaborării. Argumentarea desfăşurată de subiect în dialog cu celălalt valorifică dreptul său de a-şi manifesta liber voinţa ca membru al societăţii.

Omul este ţinta activităţilor în toate sferele vieţii sociale. De aceea, dialogul – factor esenţial în dezvoltarea conştiinţei şi spiritualităţii solicită un climat psihosocial favorabil exprimării libere a opiniei, a confruntării deschise de păreri, prin toate mijloacele de comunicare.

Realizarea climatului necesar depinde:

- în mare măsură de raporturile echitabile dintre oameni, dintre conducători şi conduşi;
- de stilul de abordare a partenerilor;
- de calităţile psiho - morale şi profesionale ale lor.

Argumentarea prin dialog este o activitate raţională desfăşurată de către un subiect (ex. poliţistul) împreună cu alţi subiecţi (ex. cetăţenii) care apără şi promovează opinii, convingeri în condiţiile respectării acelor legi, norme care ocrotesc valorile comunităţii şi individului. Deoarece prin argumentare urmărim, în ultimă analiză să convingem pe altul, realitatea ei se construieşte pe baza unei relaţii psihosociale adecvate între subiecţi. Relaţiile respective determină formularea problemelor şi substanţa argumentării.

Pe lângă accepţia generală de schimb de informaţii între persoane, dialogul are şi o accepţie particulară de schimb clar de opinii asupra unei chestiuni controversate între persoane care, fiecare, nu numai că vizează să-şi susţină şi să-şi consolideze punctul de vedere ci şi să convingă în cadrul acestui schimb.

Dialogul este o comunicare intenţionată, premeditată, scopul autorilor fiind acela să-şi asume împreună semnificaţia mesajului.

În acest sens se deosebesc două căi de dialog :

- dialog eficient – în care participanţii la dialog iau în considerare informaţia transmisă, surprinde înţelesul ei, cercetează argumentele ce o sprijină şi constată valoarea ei, angajându-se să o interiorizeze în urma unei dezbateri critice deschise.
- dialog ineficient – în care participanţii rămân la opiniile lor, nu renunţă la ele şi nu realizează feed-back-ul.

Fiinţa umană nu se afirmă în afara comunicării, iar comunicarea interumană conţine influenţarea reciprocă nu numai a stărilor de conştiinţă ci şi

Scanned with OKEN Scanner

a modalităţilor de acţiune. Informaţiile din mesaje au atât semnificaţii cognitive cât şi afective deoarece în tot ceea ce transmite individul intenţionat pune amprenta personalităţii sale. Astfel se explică de ce în aceeaşi situaţie subiecţi diferiţi adoptă alternative şi argumentări proprii pentru aceleaşi probleme argumentative.

Intervin aici motivaţii, criterii de evaluare, ataşamentul la experienţele personale şi estimarea subiectivă a problemelor.

Cum s-a spus, dialogul presupune întâlnirea directă între indivizi când este vorba de calea orală sau indirectă prin intermediul mijloacelor de comunicare moderne. Numai aşa are loc antrenarea raţională şi afectivă a subiecţilor, căci aşa iau atitudine, cântăresc, discern, şi selectează la,, scenă deschisă,,. În plus numai dialogul oral direct pune pe subiecţi în relaţii de egalitate în privinţa mijloacelor de convingere reciprocă.

În cadrul dialogului vom constata că subiecţii *interacţionează între ei astfel:*

- fiecare se concentrează asupra spuselor celuilalt pentru a surprinde esenţa, pentru a răspunde adecvat şi a nu se lăsa surprins;
- fiecare se vede pe el şi vede diferenţa dintre el şi partenerul de dialog, reuşind astfel să-şi cunoască partenerul, să-i analizeze comportamentul pentru a stabili modalităţile de apropiere şi tehnicile ce urmează a fi folosite pentru respingerea argumentelor;
- fiecare partener de dialog încearcă să se pună în pielea celuilalt, să-i perceapă sentimentele, emoţiile cu care participă descifrând mesajul real;
- fiecare asimilează o bună parte din trăirile celuilalt fie pentru a îndepărta diferenţele, fie pentru a le accentua folosind propriile argumente.

Dialogul solicită subiecţilor calităţi fără de care nu se poate vorbi de participare autentică, de dialog real. Este necesar să amintim aceste calităţi pentru că valorificarea lor constituie condiţiile fundamentale pentru eficienţa argumentării:

- înţelegerea partenerului de dialog(a sensului ideilor pe care le susţine;
- corectitudine şi sinceritate în susţinerea argumentelor;
- fermitate şi demnitate în asumarea ideilor şi opiniilor;
- încredere şi elasticitate în atitudine şi comportament;
- cunoaşterea problemei şi pe cât posibil şi a partenerului;
- capacitatea de a valorifica argumentele celuilalt şi de a înţelege strategia lui;
- capacitatea de reformulare rapidă a contraargumentelor;
- capacitatea morală de a recunoaşte onest labilitatea propriei argumentări şi însuşirea cu discernământ dacă se impune a opiniei partenerului de dialog sau participarea deschisă la elaborarea unei alte soluţii.

Scanned with OKEN Scanner

2. TEHNICI DE ARGUMENTARE FOLOSITE ÎN MUNCA DE POLIȚIE

Argumentele şi judecăţile argumentative despre care s-a vorbit anterior constituie *conţinutul argumentării.* Nu putem convinge cu conţinuturi fără a le organiza prin intermediul unor *forme ((raţionamente).*

Putem afirma că tehnica de argumentare este forma de raţionament prin intermediul căreia punem la dispoziţia interlocutorului conţinutul argumentării noastre.

Experienţa muncii de poliţie pe linia relaţiilor cu oamenii a relevat tehnici variate de argumentare, cu caracter pozitiv, motivaţional. Acestea folosite logic, raţional au rolul de a convinge, de a mobiliza.

a) ***Explicaţia*** – este o formă de argumentare simplă şi constă în expunerea cu claritate a faptelor, pentru a fi înţelese de interlocutor. Înţelegerea lor este o condiţie de bază pentru realizarea convingerii.

Se poate realiza prin mai multe procedee:

- **definire** – este acea operaţie logică de determinare a însuşirilor unui obiect, prin care între doi termeni se introduce un raport de identitate. Ex. Infracţiunea este fapta care prezintă pericol social, săvârşită cu vinovăţie şi prevăzută de legea penală

- **descrierea** – este un procedeu de argumentare ce presupune prezentarea de aspecte şi caracteristici ale unor fenomene folosind un limbaj natural, firesc. Cea mai mare eficienţă o are dacă ia forma unei pledoarii sau a unui rechizitoriu, ceea ce îl face recomandabil în relaţii cu grupuri de oameni, în adunările publice; **Ex:** Micu Iulian cunoscut sub porecla de „Bahama", frecventa deseori zona din cartierul „Aleea Parcului", unde are câţiva prieteni cu care obişnuia să stea de vorbă şi să consume băuturi alcoolice. În aceste împrejurări a cunoscut-o pe Stanciu Valentina de 16 ani, din comuna Roşiori, care, o vizita pe bunica sa la adresa Aleea Parcului, bl. G7, ET.1. Relaţiile dintre părţi s-au limitat doar la purtarea unor discuţii, la o „ţigară" în scara blocului, partea vătămată refuzând de câteva ori invitaţiile lui Bahama de a-l însoţi în oraş pentru a bea un suc.

- **organizarea topică** – presupune abordarea fenomenului pe părţi, pe segmente prin ordonarea propriei gândiri;

Poliţistul va alege acele segmente ale evenimentului care sunt esenţiale, prezentând interes pentru activitatea de convingere.

- **clasificarea** – se referă la ordonarea faptelor, a evenimentelor, a secvenţelor, **în mod riguros**, în conformitate cu criterii stabilite dinainte, cu care sunt de acord şi interlocutorii.

- **comparaţia** – este un procedeu prin care se evidenţiază asemănările şi deosebirile dintre fapte, evenimente cu intenţia de a uşura cunoaşterea, înţelegerea lor, asigurând convingerea.

b) ***Inducţia*** – are la bază raţionamentul inductiv, parcurgerea de către gândire a drumului de la **singular la plural**, de la **concret la abstract**, de la **particular la general**. Acest raţionament are un anumit grad de probabilitate din două cauze: premisele nu conţin suficiente informaţii pentru a fundamenta

Scanned with OKEN Scanner

concluzia şi operaţia logică nu permite extragerea cu necesitate a concluziei din premise.

Ex. Românii sunt binevoitori fiindcă Ionescu este binevoitor, Popescu este binevoitor, Stănescu este binevoitor şi toţi aceştia sunt români.

c) ***Inducţia prin analogie*** este un tip de inducţie în care mersul gândirii este de la singular la plural şi se bazează pe o relaţie de asemănare întemeiată pe următorul raţionament: din asemănarea a două obiecte sau fenomene în anumite privinţe se deduce similitudinea lor şi în alte privinţe. Analogia poate fi *directă* – când se recurge la relaţiile directe, nemijlocite dintre evenimente şi *indirectă* – când are la bază raporturi sugestive între elemente din domenii diferite, dar cu asemănări ale însuşirilor ori ale structurilor.

Ex. Colegul Ionescu nu se va descurca în noul post pe care l-a ocupat fiindcă, colegul Popescu nu s-a descurcat într-un post asemănător, deoarece Ionescu şi Popescu se aseamănă ca temperament şi ca pregătire profesională.

d) ***Deducţia*** – se bazează pe raţionamentul deductiv care poate fi caracterizat drept valid sau nevalid şi prin care,de la judecăţi generale se ajunge la formularea unui adevăr particular. Raţionamentul deductiv este o vorbire în care din anumite lucruri date rezultă cu necesitate altceva, pe baza acestor date.

Deducţia are o mare valoare în munca de convingere, datorită caracterului necesar şi categoric al concluziei.

Ex. Dacă este frig şi îngheaţă, atunci strada este acoperită de polei şi deci, nu vom putea circula cu maşina în siguranţă.

e) ***Alternativa*** – este un mijloc eficient de argumentare care presupune libertatea poliţistului de a prezenta interlocutorului mai multe variante de conduită pentru a-l determina să aleagă. Alternativa este folosită de poliţist atunci când acesta cunoaşte posibilităţile interlocutorului, astfel încât alegerea acestuia să fie convenabilă scopului urmărit.

f) ***Demonstraţia*** - argumentele folosite dovedesc, prin exemple practice, adevărul sau falsitatea unei afirmaţii, a unei fapte. Demonstraţia capătă valenţe corespunzătoare când este folosită în munca preventivă, cu oameni despre care se ştie că plănuiesc fapte reprobabile.

3. CONTRAARGUMENTAREA

Atunci când nu suntem mulţumiţi cu ceea ce ni se spune sau cu ceea ce citim, ne întrebăm ori întrebăm pe cineva „de ce?" sau „cum este posibil?".

Argumentarea prezentată ca răspuns la aceste întrebări poate fi satisfăcătoare sau nu. În caz că nu, va trebui să argumentăm noi de ce nu o putem admite. Vom face acest lucru cu mare atenţie, pentru a nu repeta greşelile interlocutorului nostru. ***Vom opune deci o argumentare unei alte argumentări, adică vom construi o contraargumentare.***

O problemă interesantă pe care o pune orice argumentare este aceea a modului în care fiecare dintre interlocutori acceptă sau nu dovezile sau argumentele celuilalt. Nimeni nu acceptă argumentele celuilalt pe alte criterii

Scanned with OKEN Scanner

decât cele de raţionalitate. Dacă propunem o idee şi o susţinem cu diferite argumente, interlocutorul o va accepta numai în urma evaluării acestora şi a legăturii lor cu ideea susţinută.

Dacă interlocutorul respinge ideea pe care o susţinem şi aduce argumente în acest sens, nu ne rămâne decât să analizăm argumentele aduse şi să vedem dacă ele sunt puternice sau nu. În urma acestei evaluări, dacă argumentele sunt pertinente şi conving, este posibil să renunţăm la ideea susţinută.

Situaţiile în care considerăm că este cazul să contraargumentăm pot fi variate. Ele presupun însă respectarea următoarelor **reguli.**

a) să fim atenţi la corectitudinea propriei noastre argumentări atunci când dorim să o opunem altcuiva;

b) să ţinem cont de următoarele situaţii:

- în cazul când punctul de pornire al discuţiei cu interlocutorul îl constituie credinţele şi convingerile personale pe care noi nu le împărtăşim. În acest caz vom începe prin argumentarea adevărului premiselor acceptate, înaintea analizei consecinţelor care rezultă din ele.
- în cazurile în care anumite aspecte ale argumentării ţin mai mult de condiţiile comunicării decât de conţinutul ei, va trebui să fim atenţi la ceea ce ni se spune, manifestând respect, grijă în alegerea expresiilor şi în construirea frazelor, atenţie la mesajele nonverbale, spre a nu intra în opoziţie cu cele verbale.
- în cazul argumentelor scrise va trebui să ne asigurăm că interlocutorul înţelege exact ceea ce dorim să susţinem, că nu avem termeni nedefiniţi, că numărul şi ordinea ideilor sunt cele cerute de argumentare.

Pentru ca toate aceste tehnici argumentative folosite să conducă la profesionalism este important să respectăm câteva,,reguli de aur,,:ale argumentării

a) Stabileşte clar CMBAA (cea mai bună alternativă de argumentare), adică să ne punem dinainte în situaţia în care partenerul nostru de discuţie nu este de acord;

b) Porneşte de la convingerea clară că partenerul are de câştigat!. În lipsa acestei convingeri capacitatea noastră de convingere scade.

c) Fii convins că partenerul nu ştie tot ce are de câştigat. Această convingere ne va stimula să-i amintim mereu toate avantajele pa care le poate obţine şi astfel forţa de convingere creşte;

d) Identifică motivele partenerului. Venind în întâmpinarea acestora, este mai uşor de trezit şi de menţinut interesul pentru acceptarea opiniei tale. Câteva dintre principalele grupe de motive ar putea fi: motive raţionale, motive bazate pe prejudecăţi, motive bazate pe poziţia partenerului de dialog faţă de anumite fapte, idei, comportamente, situaţii.

e) Personalizează mesajul, adaptează-l la partener!. Umanizează comunicarea ţinând seama de stilul şi sensibilităţile interlocutorului.

f) Controlează-ţi comportamentele şi atitudinile pentru a fi cât mai credibil.

Scanned with OKEN Scanner

g) Foloseşte mijloace auxiliare ca mostre, probe, înregistrări audio - video, demonstraţii practice, patru că argumentarea devine mult mai convingătoare dacă este primită pe mai multe căi senzoriale(auditiv, vizual, tactil, olfactiv).

Scanned with OKEN Scanner

PERSUASIUNEA

Societatea contemporană este extrem de complexă, relaţiile ce se stabilesc între oameni sunt diverse şi nu întotdeauna interesele indivizilor sunt în concordanţă cu normele morale şi juridice ale societăţii.

Prin statutul şi rolul pe care îl are în societate, poliţistul este pus în situaţia de a consilia, de a interveni preventiv sau utilizând forţa faţă de persoane care adoptă o conduită neconformă normelor sociale.

Legile care reglementează activitatea profesională a poliţistului, dar şi deontologia profesională îl obligă pe acesta să acţioneze pe cât posibil fără a recurge la argumentul forţei ci la forţa argumentului, intervenţia lui fiind una legală, oportună şi graduală, funcţie de complexitatea situaţiei în care este implicat.

Dreptul de a recurge legal la forţă este conferit de faptul că unele relaţii sunt tensionale şi implică un grad mare de risc.

Pentru a-şi îndeplini atribuţiile profesionale în concordanţă cu nivelul de expectanţă al cetăţenilor, poliţistul trebuie să probeze că are cunoştinţe profesionale, dar şi faptul că stăpâneşte foarte bine tehnicile de comunicare indiferent de forma în care se desfăşoară aceasta.

Ca o formă eficientă a comunicării în munca de poliţie este frecvent folosită persuasiunea.

Prin persuasiune se înţelege „capacitatea de a le induce convingeri şi valori altor persoane, influenţându-le gândurile şi acţiunile prin strategii specifice".[2]

Altfel spus, ***persuasiunea este arta de a convinge pe cineva să adopte o anumită conduită prin transmiterea de mesaje, sfaturi, idei.***

1. FACTORII CARE CONDIŢIONEAZĂ PERSUASIUNEA

Ca activitate umană, persuasiunea se află la limita dintre comunicare şi psihologie, întrucât orice demers persuasiv presupune buna stăpânire a comunicării precum şi adaptarea la structura de personalitate a interlocutorului.

Poliţistul pe baza autocunoaşterii şi a deprinderii de a comunica eficient este în măsură să facă apel la tehnicile persuasive, care-i conferă posibilitatea de a observa particularităţile psiho-comportamentale ale interlocutorului. Pentru ca acţiunea sa, să fie eficientă şi să-şi atingă obiectivele trebuie ca el să cunoască factorii care condiţionează persuasiunea. Aceşti factori pot fi grupaţi în funcţie de:

---

[2] Kevin Hogan- Psihologia persuasiunii, Ed. Antet XXX PRESS . Filipeşti de Târg, 1996, pag. 11

Scanned with OKEN Scanner

1.1. Particularităţi de personalitate proprii poliţistului şi interlocutorului

a) Temperamentul este o componentă a structurii de personalitate care influenţează puternic comunicarea şi implicit persuasiunea. De aceea, este necesar ca poliţistul să cunoască dominanta temperamentală a propriei personalităţi, dar să fie şi în măsură să identifice rapid, în timp util tipul temperamental al interlocutorului. Este cunoscut faptul că orice tip temperamental are particularităţi pozitive şi negative. În acest sens poliţistul trebuie să-şi cunoască propriile particularităţi negative pe care să le poată controla, dar totodată să identifice particularităţile negative ale interlocutorului şi să contracareze efectele care ar putea apărea în urma acţiunii acestuia.

b) Aptitudinile constituie o altă componentă în structura de personalitate. În persuasiune foarte importantă este aptitudinea de a comunica în toate formele, calitate ce se bazează pe un limbaj bogat în noţiuni şi termeni.

Permanent poliţistul trebuie să manifeste preocupare pentru perfecţionarea continuă a aptitudinilor de comunicare, întrucât el relaţionează cu o gamă foarte diversă de cetăţeni ce provin din medii socio-culturale diverse şi cu un nivel de pregătire diferit.

Indiferent de situaţie, poliţistul trebuie să facă faţă şi unor momente când relaţionează cu persoane care stăpânesc bine arta comunicării. El trebuie să fie convingător, să-l determine pe interlocutor să adopte conduita impusă întrucât el acţionează în deplină concordanţă cu legea.

c) Caracterul ca latură a personalităţii influenţează decisiv persuasiunea pentru ca prin caracter se evidenţiază atitudinea individului faţă de sine, faţă de semeni şi faţă de muncă. Dintre componentele caracteriale ce pot asigura succesul persuasiv al poliţistului trebuie amintite următoarele:

- *umanismul* - Întreaga activitate a poliţistului se bazează pe această valoare caracterială deoarece serviciile prestate sunt în beneficiul omului:

- *patriotismul* - presupune ca tot demersul profesional al poliţistului să vizeze instaurarea unui climat de ordine şi siguranţă civică, de apărare a valorilor specifice statului social, democratic, de drept., Apărarea patriei în orice formă, este o obligaţie constituţională şi putem spune că poliţistul acţionează şi pe baza sentimentelor patriotice pe care le are.

- *cinstea* cu cele două componente ale sale *corectitudinea* şi *sinceritatea.* Un poliţist apreciat ca cinstit este acela care în orice împrejurare acţionează fără discriminare şi mai ales fără prejudecăţi.

Prejudecăţile indiferent din partea cui vin, fie ale poliţistului fie ale cetăţeanului au rol distructiv în comunicare şi implicit în demersul persuasiv.

Exemplu: Unii poliţişti pot avea – deşi nu este corect – prejudecăţi faţă de diverse categorii de persoane ce aparţin unor minorităţi etnice, rasiale, sexuale, religioase etc şi în consecinţă nu abordează corect, imparţial relaţia cu acestea, îngreunând comunicarea şi totodată şi persuasiunea. La fel de adevărat este faptul că unii cetăţeni au prejudecăţi vis-a-vis de conduita, moralitatea unor poliţişti şi în consecinţă ei sunt cei care îngreunează comunicarea şi resping persuasiunea.

Scanned with OKEN Scanner

Față de această categorie de cetățeni, polițistul trebuie să manifeste multă prudență căutând pe cât posibil să-i convingă asupra faptului că datele şi informațiile pe care le dețin nu au suport real, că percepția despre unii polițişti este falsă.

Un polițist este apreciat ca fiind cinstit atunci când acceptă justețea unor demersuri persuasive venite din partea unor cetățeni şi în momentul în care nu se lasă atras în nici un fel de acte de corupție.

d) Motivația intrinsecă este cea care-l determină şi îl mobilizează să adopte o conduită corectă, să respecte legalitatea şi să nu se abată de la respectarea regulilor de tactică polițienească, să respecte bunele practici statuate.

La menținerea unei motivații o contribuție importantă şi-o aduce climatul afectiv din familie, de la locul de muncă şi din cadrul comunității, care are menirea de a-i consolida prestigiul şi de a-l stimula să adopte o conduită corectă în orice împrejurare.

De asemenea, trebuie să se țină cont ca la rândul său interlocutorul polițistului are şi el o motivație a atitudinii şi a acțiunilor sale fapt ce conduce la crearea şi menținerea unor divergențe. Pentru a face față situației create, motivat de faptul că acționează legal, polițistul trebuie să-l convingă pe interlocutor că demersul său este just şi că trebuie să-şi modifice atitudinea şi comportamentul în conformitate cu norma juridică (ex. legitimarea şi stabilirea identității persoanei ar putea fi considerată ca fiind abuzivă).

e) Empatia este dată de capacitatea polițistului de a se transpune „în pielea altei persoane", de a-i înțelege motivația, trăirile, atitudinile şi comportamentul de moment, generat de o anumită situație.

Empatia joacă un rol important în persuasiune deoarece pe baza identificării motivației şi trăirilor se pot găsi formele optime şi metodele de argumentare din partea polițistului, menite a rezolva situația creată.

1.2. Factorii conjuncturali

a) Particularități generate de mediu natural unde are loc activitatea polițienească:

- condițiile meteo (căldură toridă, ger, furtună puternică, ninsoare abundentă – viscol, etc.) pot influența destul de puternic comunicarea şi totodată persuasiunea, deoarece disconfortul creat îşi pune amprenta asupra parametrilor funcționali ai organismului. În asemenea condiții polițistul trebuie să intuiască starea psihică a cetățenilor şi să caute pe cât posibil să evite abordarea în asemenea medii şi să găsească unele variante optime:
- condiții de timp. Pe timpul nopții când contactul vizual este îngreunat, se subînțelege că persuasiunea se desfăşoară mai greu, datorită temerilor pe care le pot avea interlocutorii, dar şi pe fondul oboselii.

b) Particularități generate de mediu social:

- mari aglomerații umane momentane (târguri, bâlciuri, oboare, discoteci, serbări câmpeneşti etc.) Aceste evenimente induc o anumită stare de spirit pe fondul cărora cetățenii resping demersul persuasiv. Specialiştii în

Scanned with OKEN Scanner

psihologie socială ştiu că în situaţii de mulţimi şi publicuri apar fenomenele specifice psihologiei mulţimilor când acţiunea unor indivizi nu poate fi anticipată şi contracarată şi nici nu poate fi identificat autorul.

- ceremonii religioase (nunţi, botezuri, înmormântări, hramuri bisericeşti, procesiuni religioase. Aceste induc o anumită stare psihică participanţilor şi este recomandabil ca poliţistul să evite pe cât posibil intervenţia care trebuie făcută doar în cazuri extreme, deoarece demersul persuasiv nu are şanse mari de reuşită;
- activităţi revendicative ale unor categorii etnice, culturale, profesionale, minorităţi sexuale. Şi în aceste situaţii sunt întrunite condiţiile de psihologia mulţimilor;
- cartiere sau zone unde sunt grupaţi compact reprezentanţii unor comunităţi etnice, culturale sau religioase.

Demersul persuasiv al poliţistului va fi mult îngreunat deoarece apare solidaritatea de grup, fapt ce conduce la respingerea persuasiunii;

- zone industriale sau cu mult zgomot (şosele intens traficate). În aceste situaţii apare perturbarea fonică, care nu dă posibilitatea recepţionării corecte a mesajului şi în consecinţă feed-back – ul nu este realizat.

c) Particularităţi ce ţin de tipologia umană

Având în vedere că prin atribuţiunile de serviciu, poliţistul este pus să intervină preventiv, dar şi utilizând forţa, dacă este cazul, el relaţionează cu persoane care se află fie sub influenţa alcoolului, a drogurilor, fie cu persoane cu un handicap psihic sau fizic, acesta poate fi marcat de anumite evenimente apărute în viaţa sa. De asemenea, poate relaţiona cu persoane în vârstă, dar şi cu oameni nehotărâţi, entuziaşti, atotştiutori.

O mare parte a activităţilor poliţieneşti presupun relaţionarea cu persoane aflate în postura de făptuitor, învinuit, inculpat, condamnat, victime ale unor fapte antisociale, martori, situaţii în care poliţistul trebuie să-i convingă de justeţea măsurilor luate (audiere, consemnarea de declaraţii, confruntări, percheziţii, legitimări etc.).

În relaţiile cu aceste categorii de persoane, persuasiunea este mult mai dificilă, deoarece la rândul lor, interlocutorii poliţistului urmăresc diferite interese funcţie de calitatea pe care o au, rămânerea în libertate, să nu primească sancţiuni contravenţionale, să nu i se suspende permisul, să nu fie decăzut din drepturile familiare, etc.

Pentru a reuşi să realizeze persuasiunea, cu asemenea categorii de persoane, este necesar ca poliţistul să stăpânească foarte bine elementele de psihologie generală, socială şi judiciară.

Poliţistul, pentru a realiza persuasiunea trebuie să cunoască foarte bine specificul comunicării cu aceste categorii de persoane, care au pe moment capacitate de înţelegere mai redusă, manifestă reticenţă şi dezinteres şi uneori temeri, deoarece demersul persuasiv al acestuia poate fi sortit eşecului şi mai mult, în unele situaţii, poate genera stări tensionate, de risc.

Multitudinea de factori ce pot influenţa persuasiunea, îl obligă pe poliţist să stăpânească foarte bine regulile comunicării, astfel încât aceasta să-şi atingă

Scanned with OKEN Scanner

obiectivele (o schimbare a conduitei interlocutorului în conformitate cu normele juridice şi morale).

2. CERINŢE ŞI REGULI ALE PERSUASIUNII

Pentru a demonstra profesionalism şi a promova o imagine pozitivă despre sine şi instituţie, poliţistul trebuie să dovedească capacitatea de a folosi cu succes persuasiunea.

În acest sens, demersul persuasiv trebuie să urmărească parcurgerea unor etape, astfel:

2.1. Înţelegerea motivaţiei acţiunii

Acest lucru se fundamentează pe obligaţiile poliţistului, aşa cum sunt precizate în legea 218/2002 privind organizarea şi funcţionarea Poliţiei Române, a Legii nr. 360/2002, privind statutul poliţistului, pe cerinţele Codului de etică şi deontologiei şi ale altor acte normative, dispoziţii, instrucţiuni.

Motivaţia acţiunii poliţistului este legală în vreme ce motivaţia unor indivizi, contravine actelor normative în vigoare, fapt ce-i plasează pe aceştia pe poziţii divergente. Intervenţia poliţistului poate să aibă caracter preventiv, iar atunci când s-au încălcat prevederile legale, sancţionator.

Practica judiciară a demonstrat că în anumite situaţii, cel care a comis fapte antisociale, sau are o atitudine incorectă, în urma demersurilor persuasive, se supune intervenţiei poliţieneşti, recunoaşte comiterea faptei, îşi asumă responsabilitatea faptelor sale şi acceptă sancţiunea.

Asemenea gen de acţiuni sunt cele care necesită o abordare persuasivă mai puternică.

2.2. Observarea şi analizarea fenomenelor ce reclamă intervenţia persuasivă a poliţistului.

Această etapă este foarte importantă, deoarece se selectează activităţile ce implică intervenţia poliţistului.

Cu această ocazie poliţistul poate aprecia: trăirile persoanei cu care relaţionează, dominanta temperamentală a acesteia.

Aceasta este etapa de contact dintre poliţist şi interlocutor în care este recomandabil ca omul legii să adopte o ţinută, gestică şi mimică ce impune respect.

2.3. Colectarea informaţiilor:

În urma observării şi a concentrării atenţiei, poliţistul evaluează informaţiile percepute, interceptează persoana şi iniţiază comunicarea respectând regulile de tactică poliţienească. Este etapa cea mai importantă deoarece în funcţie de modul cum se realizează acest studiu va decurge şi demersul persuasiv.

Scanned with OKEN Scanner

2.4. Elaborarea strategiei persuasive:

După ce informaţiile sunt procesate şi s-a luat decizia intervenţiei persuasive, poliţistul trebuie să desfăşoare următoarele activităţi:

- pune întrebări menite a lămuri situaţia ce a necesitat intervenţia poliţienească. Acestea trebuie să fie formulate clar, concis, fără echivoc pentru ca mesajul să nu fie distorsionat;
- ascultă şi evaluează răspunsurile şi explicaţiile interlocutorului. În această etapă poliţistul trebuie să demonstreze că înţelege trăirile şi atitudinile persoanei;
- încurajează conversaţia, fără a respinge nefondat argumentele interlocutorului şi trece la ascultarea activă, care presupune concentrare, inducerea unei stări de calm, eliminarea sentimentelor proprii date de prejudecăţi, interpretări etc.

Totodată trebuie menţinut permanent contactul vizual deoarece trăirile interlocutorului se pot descifra în limbajul nonverbal şi pe această cale se poate intui posibila sa teorie, care poate fi de orice natură.

Abordarea persuasivă în etapa întrebărilor trebuie să ţină cont de următoarele cerinţe:

- nu se pun mai multe întrebări deodată;
- se aşteaptă răspunsul la fiecare întrebare şi se caută aflarea metalimbajului;
- nu se pun întrebări sugestive;
- nu se pun imediat întrebări care vizează intimitatea mai ales în condiţiile diferenţei de sex dintre interlocutori;
- se va face apel la calităţile empatice pentru a înţelege motivaţia acţiunii persoanei şi a anticipa atitudinile şi reacţiile.

Pe baza observării interlocutorului şi a informaţiilor obţinute prin întrebări, poliţistul îşi elaborează strategia şi tactica de abordare persuasivă şi optează pentru cea mai adecvată tehnică de convingere.

3. TEHNICI PERSUASIVE FOLOSITE ÎN MUNCA DE POLIŢIE

Poliţistul, pentru a convinge interlocutorul de justeţea măsurilor întreprinse, apelează la următoarele tehnici persuasive:

a. argumentarea;
b. tehnica „piciorului în uşă"
c. „uşa în nas"
d. apelul la emoţii şi la credibilitate

Un poliţist pregătit, aflat în serviciu, trebuie să anticipeze orice situaţii în care ar putea fi implicat şi să ofere soluţii pentru fiecare dintre acestea, lucru uşor realizabil atunci când îşi alege şi foloseşte tehnici de convingere corespunzătoare.

Scanned with OKEN Scanner

Dovada reuşitei în acţiunea de convingere va fi acceptarea conştientă de către interlocutor a punctului său de vedere, a ideilor, recomandărilor, sfaturilor şi părerilor sale.

Experienţa muncii de poliţie pe linia relaţiilor cu oamenii a relevat tehnici variate de persuasiune, cu caracter pozitiv, motivaţional. Acestea folosesc raţionamentelor logice, care au rol de a convinge, de a mobiliza.

Printre tehnicile cu caracter pozitiv amintim:

a. Argumentarea este una dintre cele mai importante tehnici de convingere, utilizată frecvent de către poliţişti în demersurile pe care le fac. Ea va face obiectul de studiu într - o temă viitoare.

Exemplu: Poliţistul aflat în faza audierilor, în cazul uni furt din locuinţă, îl convinge pe interlocutor, suspect în cauză, să-şi recunoască vinovăţia. Pentru aceasta îi prezintă un radio casetofon sustras de la locul faptei şi valorificat ulterior la o terţă persoană de către acesta.

b. tehnica „piciorului în uşă" - este folosită atunci când subiectul are un comportament preparatoriu neproblematic şi ulterior îi este adresată o cere explicită, invitându-l să aibă o nouă conduită, pe care nu ar fi realizat-o spontan.

c. "uşa în nas" – este de asemenea o metodă care presupune formularea unei cereri prea mari la început ca să fie acceptată, înainte de a formula cererea care vizează comportamentul aşteptat, o cerere de mică importanţă, care ar fi avut şanse să fie altfel refuzată.

d. apelul la emoţii şi credibilitate – atractivitatea, simpatia faţă de emiţător, imaginea pe care acesta o prezintă publicului ţintă (statutul, poziţia socială, rolul, prestanţa, vestimentaţia, conţinutul interesant, profesionist, stăpânirea artei de a comunica) au în general un impact pozitiv asupra caracterului persuasiv al mesajului. Este important de ştiut că acest efect este mai puternic în anumite circumstanţe decât în altele.

Teoria disonanţei cognitive – explică necesitatea persuadării care constă în faptul că oamenii în măsura în care constată o discrepanţă în atitudinile lor sau între atitudini şi comportamente, întrucât ea este trăită ca tensiune şi disconfort psihic, se străduiesc să o rezolve prin schimbarea atitudinilor. Acest lucru se face prin persuadare, dar ***persuadăm pentru a convinge.*** Când suntem convinşi, nu suntem învinşi decât de noi înşine. Când suntem persuadaţi, suntem întotdeauna de către altul.

Folosirea uneia sau alteia dintre aceste tehnici este condiţionată de priceperea, de gradul de instruire a poliţistului, de contextul în care se realizează comunicarea ori s-au desfăşurat faptele, cât şi de gradul de cultură a celui cu care poliţistul intră în relaţie de comunicare.

Pentru a convinge, trebuie stabilită încă de la început propria dumneavoastră poziţie – (ce credeţi că faceţi? Care sunt dovezile) şi poziţia celeilalte persoane – (de ce crede în ceea ce crede? Care sunt dovezile sale?).

Pentru a convinge pe cineva, trebuie:

- să începeţi prin a presupune că acea persoană este raţională şi, prin urmare, este deschisă comunicării raţionale (dacă nu e, trebuie să negociaţi);

Scanned with OKEN Scanner

- să arătaţi că sunteţi raţional (vocile ridicate şi mânioase nu fac asta);
- să vă prezentaţi pe scurt intenţiile şi baza lor într-un mod logic, inclusiv orice dovadă;
- să vă prezentaţi pe scurt ce consideraţi a fi puncte slabe în mesajul interlocutorului, subliniindu-le slăbiciunile în contrast cu punctele forţe ale motivaţiilor dumneavoastră. Prezentaţi-vă cât mai detaliat punctul de vedere;
- să ascultaţi răspunsul în tăcere, asigurându-vă că cealaltă persoană este capabilă să îşi prezinte cazul şi să şi-l susţină (în acest mod nu aveţi parte de surprize mai târziu);
- să fiţi de acord cu cealaltă persoană, arătându-i că o valorizaţi pentru raţionamentul său. Dacă sunteţi de acord cu oamenii, le oferiţi un model care spune: „Sunt raţional, pot să fiu de acord cu tine. Dacă eşti raţional, poţi şi tu să fii de acord cu mine";
- să reformulaţi principalele dumneavoastră idei şi să le subliniaţi forţa în comparaţie cu slăbiciunile argumentului celeilalte persoane;
- să-i daţi timp celeilalte persoane să-şi reafirme principalele idei. Ea va sublinia ceea ce consideră a fi punctele principale ale mesajului său, exprimate ca îndoială finală;
- să exprimaţi speranţa că noile informaţii pe care aţi putut să le daţi au fost utile. Prin prezentarea opiniilor dumneavoastră sub formă de informaţie, îi daţi şansa persoanelor să aibă un motiv bun să-şi schimbe părerile. Ea se poate răzgândi sau poate fi de acord cu dumneavoastră fără să-şi piardă imaginea sau respectul de sine.

A persuada presupune a-l determina pe celălalt să-şi schimbe opiniile, părerile, ideile.

Părerile pot fi considerate :

- periferice;
- aproape fundamentale;
- fundamentale;

Părerile fundamentale nu se schimbă cu uşurinţă. De obicei, părerile periferice şi cele aproape fundamentale care sunt asociate părerilor fundamentale sunt cele care trebuie schimbate mai întâi.

Pentru a schimba părerile vechi sau adânc înrădăcinate, trebuie să convingeţi treptat persoana să-şi schimbe părerile periferice.

Puteţi face acest lucru prin:

- introducerea treptată a unor informaţii şi dovezi;
- modelarea (de exemplu a comportamentului);
- recompensarea – lăudarea şi răsplătirea acţiunilor schimbate.

Aşa cum spuneam, rezultatul unui proces de persuasiune trebuie să fie schimbarea, dar, atenţie, schimbarea nu este doar efectul persuasiunii.

Reuşita actului persuasiv este determinată de modul cum poliţistul reuşeşte să sesizeze particularităţile de gândire; diferite grade de dezvoltare a simţului răspunderii, a responsabilităţii interlocutorilor.

Metodele prezentate se referă la *tehnicile cu caracter pozitiv* ce pot fi utilizate pentru schimbarea atitudinilor interlocutorilor noştri.

Scanned with OKEN Scanner

Practica a demonstrat însă că în activitatea de convingere se poate apela şi la *tehnici cu caracter negativ*. Ele nu pot fi considerate propriu-zis argumente, ci mijloace de a constrânge interlocutorul să accepte punctul de vedere, ideile, părerile celuilalt, deşi acesta nu doreşte să le accepte.

S-a observat că la această categorie de procedee apelează de obicei indivizii care nu dovedesc competenţa necesară rolului sau activităţii pe care o au de îndeplinit.

Aceste procedee sunt considerate ineficiente şi pun într-o lumină nefavorabilă personalitatea poliţistului. Prezentăm în continuare câteva dintre ele, pentru a nu mai fi folosite:

- Apelul la poziţia şi puterea rudelor, prietenilor, cunoştinţelor.
- Ameninţarea sub diferite forme are efecte dezastruoase asupra relaţiilor dintre poliţist şi public.
- Aluzia este un procedeu negativ de tip ameninţător cu trimitere la o situaţie care are acelaşi efect dăunător pentru cel ce o înţelege, ca şi ameninţarea brutală.
- Insulta este un procedeu negativ folosit de o persoană aflată în stare de nervozitate şi care nu are posibilităţi intelectuale de a găsi argumente. Are consecinţe şi mai grave dacă se foloseşte şi în prezenţa altor persoane decât interlocutorul.
- Tonul ridicat se utilizează de obicei când argumentele interlocutorului sunt mai puternice, transformându -se în contraargument.
- Reducerea la tăcere – la care apelează persoanele ultraautoritare, pentru care au valabilitate numai propriile argumente, cele ale interlocutorilor nefiind admise, nici măcar ascultate formal.

Mai sunt şi alte modalităţi de impunere forţată a propriilor idei, dar trebuie reţinut că aroganţa, spiritul totalitar, nesocotirea ideilor altora, etc. sunt în discordanţă cu sensul existenţei şi muncii de poliţie.

Prin folosirea tehnicilor persuasive, de cele mai multe ori poliţistul reuşeşte să-şi convingă interlocutorii, că demersurile sale au fost legale şi în deplină concordanţă cu cerinţele deontologiei profesionale.

Poliţistul, prin natura profesiei, frecvent este pus în situaţia de a comunica şi de a iniţia demersuri persuasive în diferite locuri şi medii. Acest lucru creează un grad ridicat de dificultate, în sensul că nu întotdeauna sunt întrunite condiţiile ideale ale desfăşurării comunicării.

Pentru a depăşi stadiul unei simple activităţi de comunicare şi pentru a deveni o artă, persuasiunea trebuie să se bazeze concomitent pe îndeplinirea a trei cerinţe:

a) cunoaşterea şi înţelegerea motivaţiei celui asupra căruia se desfăşoară demersul persuasiv;
b) caracterul celui ce execută activitatea persuasivă;
c) alegerea adecvată a tehnicii persuasive în concordanţă cu contextul şi în funcţie de personalitatea interlocutorului.

La nivelul de artă persuasivă va ajunge acel poliţist care cunoaşte specificul zonei sale de competenţă, are cunoştinţe temeinice de criminologie şi aplică corect cunoştinţele de legislaţie şi procedeele de tactică poliţienească.

Scanned with OKEN Scanner

Varietatea şi diversitatea tipologiei umane a persoanelor cu care relaţionează profesional poliţistul, îl determină pe acesta să aleagă şi să aplice cea mai adecvată tehnică persuasivă. În persuasiune cel mai important rol îl are credibilitatea mesajului deoarece în felul acesta, cetăţeanul este convins de faptul că argumentele raţionale prezentate sunt corecte şi logice şi pot fi uneori şi în beneficiul său.

În momentul în care începe demersul persuasiv, poliţistul trebuie să stăpânească propriile trăiri psihice, să urmărească cu extrem de multă atenţie toate detaliile contextului comunicativ, dar mai ales să ştie să inducă şi să interpreteze corect mesajul emis sau primit în forma verbală sau nonverbală. De asemenea, el trebuie să fie un bun ascultător, să ştie să decodeze mesajul şi să elaboreze rapid scheme mentale.

Oratorii şi acei maeştrii ai persuasiunii acordă o atenţie deosebită tonalităţii ritmului vorbirii, inflexiunii vocii dar şi poziţiei gesticii şi mimicii ca factori care întăresc anumite afirmaţii, Prezenţa poliţistului nu trebuie să inducă un sentiment de teamă, dar nici nu trebuie să fie ştearsă, neimpresionabilă întrucât acest lucru ar aduce un avantaj interlocutorului. Persuasiunea ca artă este un *„duel al inteligenţelor"* şi câştigă acela care are o motivaţie mai puternică, o mai bună stăpânire de sine şi care este conştient de faptul că persuasiunea trebuie să plece de la ideea că nu trebuie să fie învingători sau învinşi ci că legea a fost apărată, fiecare trebuind să-şi asume răspunderea şi responsabilitatea faptelor sale.

*

* *

Întrucât activitatea poliţiştilor se desfăşoară în rândul oamenilor cu ajutorul oamenilor şi pentru oameni este de la sine înţeles faptul că este obligat să respecte nu numai norma juridică ci şi cerinţele impuse de deontologia profesională, de etica muncii de poliţie.

În munca de poliţie, în condiţiile în care aceasta se fundamentează pe caracterul său preventiv şi doar atunci când se impune pe latura sa coercitivă, persuasiunea joacă un rol important în relaţia poliţist. cetăţean, contribuie la creşterea gradului de încredere în instituţia poliţiei şi la realizarea unui veritabil parteneriat între poliţie şi membrii societăţii, conducând la creşterea gradului de siguranţă civică.

Scanned with OKEN Scanner

NEGOCIEREA ŞI MEDIEREA

Viaţa noastră de fiecare zi presupune comunicare. Comunicăm cu noi înşine, cu ceilalţi, comunicăm mai mult sau mai puţin. Recunoaştem în mai mare sau mai mică măsură nevoia de comunicare, dar comunicăm, indiferent dacă vrem sau nu, în diferite situaţii: când vorbim sau când scriem, când muncim sau când ne relaxăm; comunicăm prin gesturile pe care le facem, prin expresia feţei (zâmbitoare sau încruntată), comunicăm tot timpul.

Mai mult decât atât, ne dorim să comunicăm EFICIENT. Dar, aşa cum am constatat cu toţii, acest lucru nu este întotdeauna posibil, deoarece nu mereu reuşim să realizăm feed-back-ul apărând neînţelegeri în receptarea mesajului care pot degenera în conflicte.

Rezolvarea divergenţelor existente sau potenţiale este o activitate care consumă foarte mult timp şi efort şi care nu este întotdeauna finalizată. Numai ideea existenţei unui conflict sperie, poate chiar paralizează o activitate.

Viaţa noastră de zi cu zi este un proces de comunicare, adesea prin negociere, deşi de cele mai multe ori acest fapt nu este conştientizat. Fie că este vorba de rezolvarea unor probleme complicate, de depăşire a unor dificultăţi sau de stabilirea termenilor unor relaţii, ai unui conflict, negocierea permite oamenilor să încerce să obţină ceea ce îşi doresc, dar în acelaşi timp să dea o şansă şi celorlalţi să îşi atingă scopurile. Aceste abilităţi nu se capătă pur şi simplu printr-un act de voinţă. Ele sunt rezultatul unui proces de transformare şi autoeducare, al unui şir de paşi mici, de schimbări atitudinale aparent nesemnificative, izolate, dar care pot produce o schimbare calitativă în plan acţional.

1. NEGOCIEREA – CARACTERISTICI GENERALE

Chiar dacă nu realizăm, negociem în fiecare zi din viaţa noastră diferite lucruri, fie că o facem la locul unde ne desfăşurăm activitatea, fie acasă sau într-o instituţie publică. Negocierea este integrată, astfel, vieţii cotidiene, în situaţii dintre cele mai variate.

1.1. Conceptul de negociere

În literatura de specialitate pot fi întâlnite diferite accepţiuni pentru conceptul de negociere, astfel:

- procesul prin care reuşim să obţinem ce dorim de la persoane care doresc ceva de la noi
- interacţiunea dintre două sau mai multe părţi cu interese diferite în urma căreia, prin discuţii, se obţine un acord

Scanned with OKEN Scanner

- procesul de ajustare a opiniilor diferitelor părți pentru a ajunge de la o soluție ideală la o soluție reală de rezolvare a unei probleme sau a unui conflict.

Ori de câte ori o problemă apărută are mai multe variante de rezolvare trebuie să se aplice negocierea.

Prin negociere obținem o soluție optimă acceptată de părțile implicate. Astfel, negocierea nu trebuie să aibă un învingător și un învins. Și chiar dacă, prin negociere, nu ne putem satisface, pe deplin, interesele, negocierea este preferabilă unor soluții impuse de o persoană, de anumite grupuri sau de superiorii ierarhici.

În această confruntare, în mod principial și loial, sunt aduse argumente și probe, sunt formulate pretenții și obiecții, sunt făcute concesii și compromisuri pentru a evita atât ruperea relațiilor, cât și conflictul deschis.

Ce și cu cine se poate negocia? Poți negocia cu prietena/ prietenul lista invitaților de sâmbătă seara. Poți negocia cu amicii asupra celui care va plăti nota, la restaurant. Poți negocia cu șeful o schimbare a locului de muncă.
Poți negocia cu clientul condițiile în care se încheie un acord comercial. Poți negocia oricând, orice, aproape cu oricine. **Negocierea este prezentă în toate ipostazele existenței umane.**

Dacă stăpânești arta negocierii, ai o șansă în plus, să eviți „NU" ul partenerului tău.

Înseamnă că știi să te orientezi, să influențezi și să manipulezi comportamentul său pentru a-l face să spună „DA". Peste tot și în toate timpurile, oamenii rezonabili au înțeles că nu-și pot **impune voința,** în mod unilateral și au căutat soluții în comun, adică **soluții negociate.**

În viața de zi cu zi, dar mai ales în lumea afacerilor contemporane, și mai ales în munca de poliție, negocierea și negociatorul au dobândit o importanță incredibilă, greu de evaluat.

Orice început de negociere presupune o minimă clarificare a intereselor părților și a condițiilor în care sunt dispuse să facă schimbul.

În negocieri, mai mult chiar decât în conflictul deschis (întreceri sportive), este nevoie de **strategii** iar **strategia** trebuie privită ca un mod de gândire dinamică.

Ea devine o manieră de abordare a unei confruntări delicate între două sau mai multe voințe. În final, pe cât posibil, partenerul trebuie să gândească ca mine, dar și ca el. Împreună trebuie să ajungem acolo unde voia să ajungă fiecare, **separat.**

Strategia de negociere funcționează numai **dublată de arta de a orienta și controla,** pe neobservate, interacțiunea voințelor aflate în conflict, folosind atât **logica rece** a argumentelor raționale, cât și **energia psihologică** a emoțiilor și sentimentelor. Orice formă de negociere implică o **confruntare** de voințe, sentimente și interese. Pe rând, fiecare dintre părți poate prelua **inițiativa și controlul.**

Polițistul care are **o viziune mai clară** asupra acestei confruntări de voință, are mai multe **șanse că controleze interacțiunea și să obțină**

Scanned with OKEN Scanner

victoria. Ideal ar fi ca partenerul de negociere să înțeleagă că eu am **dreptate** şi el se **înşeală**, mai înainte de a investi prea mult timp şi efort, pentru a-l convinge. Principiul fundamental al strategiei este acela de a **stăpâni interacțiunea voințelor** care se **înfruntă** la **masa tratativelor** şi a nu le lăsa să treacă în conflict deschis.

Negocierea este o condiție esențială pentru:

- realizarea obiectivelor
- rezolvarea unor conflicte
- obținerea unor acorduri
- dinamica unei organizații

Obiectivele pot fi **generale** şi **intermediare**, situate între momentele de început şi respectiv, de finalizare a negocierii. Miza evaluează importanța rezultatelor în raport cu obiectivele.

Miza reprezintă rezultatul negocierii ca suma realizării obiectivelor propuse.

Obiectivele se deosebesc de mizele puse în joc. Cunoaşterea acestei diferențe este esențială într-o negociere pentru:

- evaluarea câştigului negocierii; un bun negociator trebuie să ştie când să **acționeze** în sensul realizării unui obiectiv (atunci când miza este importantă), şi când trebuie să **renunțe** (în situația în care costurile atingerii obiectivului – timp, bani – depăşesc valoarea mizei);
- elaborarea unor strategii de negociere adecvate situației.

Locul în care se realizează negocierea este foarte important datorită influențării rezultatului final. Acest loc poate fi:

- al unuia dintre partenerii de negociere
- neutru.

Realizarea negocierii într-un loc preferat sporeşte şansele negocierii datorită senzației confortabile pe care o dă acesta respectivului negociator.

Timpul pentru realizarea unei negocieri poate varia foarte mult, de la intervale mici de timp (câteva minute), la intervale mari de timp (câțiva ani). Semnificația timpului pentru viața unei persoane, dar şi pentru realizarea unei negocieri, depinde de modul în care este folosit.

O negociere poate să implice în realizarea ei:

- o persoană care poate dezbate cu sine, cu argumente pro şi contra, luarea unei hotărâri
- două sau mai multe persoane.

O persoană care participă la o negociere este influențată de multe aspecte, aşa cum sunt:

- pregătirea, competențele avute
- sistemul de valori, convingerile şi principiile împărtăşite

Scanned with OKEN Scanner

1.2. Funcţiile negocierii

Negocierea este o activitate voluntară. Dacă nu vrei, nu trebuie să negociezi. Dar, dacă vrei să schimbi ceva, să rezolvi o problemă, să reduci (sau chiar să elimini) anumite tensiuni existente, atunci te loveşti de interesele altor persoane. Dacă interesele sau nevoile acelor persoane presupun zone comune cu ale noastre, dar şi zone de divergenţă, atunci este preferabil să negociem (în condiţiile în care ambele părţi sunt dispuse să negocieze).

Acest lucru se poate realiza făcând apel la **funcţiile negocierii**, care sunt:

a) ***Adoptarea unor decizii*** - Decizia presupune alegerea din mai multe variante a celei mai avantajoase dintre acestea, în raport cu anumite criterii, în scopul realizării unor obiective.

Adoptarea unei decizii presupune, astfel, angajarea într-un efort susţinut de deliberare asupra alternativelor posibile şi alegerea celei optime pentru soluţionarea eficientă a unei probleme cu care nu ne-am mai confruntat.

Luarea deciziilor presupune o activitate care nu se poate învăţa. Şi în cazul în care există situaţii decizionale care se repetă după o anumită perioadă de timp.

b) Rezolvarea unor conflicte – conflictele se nasc din divergenţe cu privire la interese, convingeri, opinii, sentimente etc. Conflictele pot să apară la orice nivel; în funcţie de amploarea lor, se pot deosebi:

- conflicte de mare amploare, aşa cum sunt conflictele internaţionale (între ţări) sau cele sociale
- conflicte mărunte, de fiecare zi, între vecini, colegi de serviciu, prieteni.

Teoretic, toate conflictele se pot rezolva prin negociere. În realitate, nu se întâmplă întotdeauna aşa. Părţile intrate în conflict nu văd elementele sau interesele comune, atenţia lor fiind îndreptată spre ceea ce îi desparte, spre zone de divergenţă a intereselor.

Dacă nu se recurge la negociere, efectele negative ale conflictelor se concretizează în mari pierderi, iar în cazul conflictelor de mică amploare apare tendinţa de permanentizare a lor.

Negocierea, ca modalitate de raportare la un conflict:

- este o modalitate creativă, fiind abandonate atât nerecunoaşterea, ca atare, a conflictului cât şi escaladarea acestuia prin confruntarea dintre părţi
- vizează adoptarea unei soluţii avantajoase pentru părţile aflate în conflict.

În acest sens, negocierea trebuie să fie precedată de:

- acceptarea legitimităţii punctului de vedere susţinut de cealaltă parte
- recunoaşterea necesităţii cooperării, părţile aflate în conflict punând accent pe ceea ce le uneşte şi nu pe ceea ce le desparte.

c) Introducerea schimbării – realizarea unor schimbări în activitatea unei organizaţii sau în activitatea socială ori politică presupune prezenţa negocierii. La nivelul unei organizaţii, negocierea este implicată, de exemplu, în

Scanned with OKEN Scanner

decizia participativă, prin intermediul căreia, managerii, dar şi executanţii încearcă să găsească:

- modalităţi de reglementare a activităţii
- posibilităţi de îmbunătăţire a activităţii viitoare
- soluţii pentru diferite probleme

La nivel social şi politic, negocierea are un rol important în:

- reglarea relaţiilor dintre grupurile sociale, forţele politice
- rezolvarea unor probleme
- stabilirea unor modalităţi de cooperare

Nu orice poate fi negociat. Valorile general umane, principiile, nu se negociază.

2. NEGOCIEREA

Chiar dacă într-un anume sens, negocierea este integrată în activităţile noastre zilnice, aceasta nu se reduce exclusiv la o procedură ad-hoc. O negociere reuşită sau de succes presupune pregătire şi abordare în cunoştinţă de cauză. Iată de ce se desprinde ca semnificativă cunoaşterea etapelor de realizare a unei negocieri.

2.1. Etapele negocierii

O negociere reuşită presupune răspunsuri clare la întrebările:

- De ce negociem ?
- Cu cine negociem ?
- Ce negociem ?
- Cum negociem ?

Încercarea de a răspunde la aceste întrebări arată că orice negociere trebuie bine pregătită, cel puţin în următoarele direcţii:

- stabilirea obiectivelor
- clarificarea priorităţilor
- stabilirea zonelor de interes secundar
- strângerea informaţiilor importante pentru negociere

Negocierea presupune parcurgerea unor etape, chiar dacă numărul şi succesiunea acestora nu sunt absolut obligatorii. Semnificative sunt următoarele ***etape***:

a) Pregătirea pentru negociere - pregătirea unei negocieri este o etapă esenţială pentru abordarea cu succes a acesteia. Pregătirea pentru negociere presupune cel puţin următoarele aspecte:

- stabilirea obiectivelor negocierii
- evaluarea cazului partenerului
- evaluarea punctelor tari precum şi a punctelor slabe.

Stabilirea obiectivelor negocierii

Scanned with OKEN Scanner

Într-o negociere se stabilesc mai multe obiective şi nu doar unul singur. Se stabilesc, astfel, cel puţin trei obiective (aşa cum sunt identificate de Jean M. Hiltrop şi de Sheila Udall):

- un obiectiv de primă linie, care reprezintă cel mai bun rezultat vizat
- un obiectiv de ultimă linie, care reprezintă cel mai slab rezultat acceptabil
- un obiectiv ţintă, respectiv, obiectivul cu care ne aşteptăm să se termine negocierea

Identificarea obiectivelor presupune, deopotrivă:

- renunţarea la obiectivele nerealiste care nu au nici o şansă de realizare
- clarificarea punctului de ruptură, dincolo de care disponibilitatea pentru negociere încetează

b) Dezvoltarea unei strategii – reprezintă modalitatea prin care se realizează obiectivele propuse.

Strategia aleasă pentru negociere trebuie să fie flexibilă; strategia nu trebuie să fie foarte detaliată deoarece poate să nu reziste schimbărilor care pot să apară în urma discuţiilor.

În dezvoltarea unei strategii se vor lua în calcul:

- personalitatea negociatorului
- specificul problemei negociate
- resursele de timp
- întrebările pe care le adresăm în prima fază a discuţiilor
- întrebările care ne vor fi adresate

Succesul strategiei de negociere este asigurat de:

- tehnicile şi tacticile de negociere folosite
- stilul de negociere adoptat

c) Negocierea efectivă – modelul unei posibile negocieri poate fi următorul: părţile intrate în negociere îşi prezintă propunerile; la început, propunerile nu sunt acceptate de cealaltă parte. Se fac concesii şi de o parte şi de cealaltă urmărindu-se în permanenţă. de fiecare parte, un câştig maxim şi o pierdere minimă.

În final se ajunge la un acord acceptat de ambele părţi. Negocierea este profund marcată de primele declaraţii. Acestea creează climatul de negociere care poate fi ostil sau favorabil obţinerii unor acorduri.

Într-o negociere, o mare parte a informaţiilor sunt transmise prin limbaj non-verbal, îndeosebi prin limbajul corpului.

d) Încheierea negocierii

Încheierea unei negocieri presupune:

- formularea unui acord
- asigurarea aplicării acordului

Formularea unui acord reprezintă, în mod necesar, rezultatul negocierii, redactat într-o formă convenabilă:

- se face un rezumat al fiecărei probleme negociate, acest rezumat fiind acceptat de părţile implicate în negociere

Scanned with OKEN Scanner

- se prezintă clar problemele negocierii pentru a nu lăsa loc unor ambiguități

Dacă există o neînțelegere oricât de mică asupra a ceea ce s-a convenit, atunci este necesară redeschiderea negocierii

Asigurarea aplicării acordului presupune transpunerea acestuia în practică. În acest scop redactarea acordului este însoțită de stabilirea unui program în care sunt incluse:

- etapele de aplicare a acordului
- termenele de aplicare
- părțile care au responsabilități în aplicarea acordului

2.2. Tehnici şi tactici de negociere

Succesul unei negocieri depinde semnificativ de metodele şi de procedeele folosite în desfăşurarea acesteia. În acest fel, cunoaşterea tehnicilor şi a tacticilor de negociere îi permite negociatorului să le aleagă pe cele adecvate problemei negociate, situației particulare de desfăşurare a negocierii. Buna lor cunoaştere şi folosire reprezintă, astfel, premisa unei negocieri de succes.

O strategie reprezintă o înlănțuire de tehnici şi de acțiuni tactice care duc la realizarea obiectivelor propuse.

În literatura de specialitate nu se face o deosebire tranşantă între noțiunile de strategie, tehnică şi respectiv, tactică de negociere. Cu toate acestea, distincția dintre aceste noțiuni poate avea în vedere:

- rolul acestora
- gradul de stabilitate

Strategia:

- reprezintă un plan de ansamblu al procesului de negociere
- presupune un grad mai mare de stabilitate
- este formată din tehnici şi tactici.

Tehnicile de negociere pot reprezenta metode de abordare şi rezolvare a sarcinilor care intervin pe parcursul negocierii, aşa cum sunt:

- modul de abordare a obiectivelor negocierii (separat sau ca pachet de obiective)
- modul de abordare a obiectului negocierii, ceea ce poate implica:
  - luarea în discuție a unor aspecte noi
  - redefinirea acestuia
- modul de purtare a discuțiilor în cadrul negocierii.

Tacticile de negociere reprezintă metode detaliate, procedee de acțiune prin care se realizează o strategie şi sunt aplicate în anumite contexte ale desfăşurării negocierii.

În literatura de specialitate sunt prezentate nenumărate tactici de negociere. Dintre acestea, pot fi menționate următoarele:

Întrebarea directă care permite abordarea unor aspecte neclare sau care pot genera suspiciune precum şi dobândirea de informații.

Scanned with OKEN Scanner

Accentuarea punctelor tari, cu efectul de susținere a propriei poziții în procesul de negociere.

Minimalizarea punctelor slabe, cu un efect asemănător tacticii prezentate anterior.

Amânarea răspunsului, pentru a nu prezenta imediat propria poziție.

Punerea la îndoială a faptelor, a ipotezelor, a concluziilor, cu scopul de a submina poziția partenerului de negociere.

Oferte condiționate (cedez ceva dacă primesc altceva).

Folosirea umorului, prin care se detensionează anumite situații şi prin care se poate crea un climat pozitiv.

„Insistentul", ca tactică de negociere se bazează pe repetarea insistentă şi stereotipă a unei cereri până când partea cealaltă cedează.

Într-o relație de cooperare de lungă durată este de preferat ca această metodă să fie evitată, deoarece poate fi extrem de agasantă, punându-i nervii la încercare părții adverse.

„Când trebuie, spune NU"

Sunt situații în care nu avem puterea să spunem „NU". În astfel de cazuri nu vom spune nici un „DA" hotărât; problema pare să meargă pe calea rezolvării, dar rezolvarea aceasta nu satisface dorințele noastre. Aşa că, pe parcurs, începem să dăm înapoi, complicând şi mai mult lucrurile. În concluzie, este de preferat un „NU" spus cu hotărâre decât un „Mda" confuz de la o persoană care nu are tăria să spună „NU".

„Pas cu pas"

Este cunoscută regula conform căreia poți obține avantaje mari prin paşi mărunți. Atunci când se cere mult şi repede, partea adversă are tendința de respingere, de împotrivire. Concesiile se obțin mult mai repede atunci când se cere puțin. Succesele mici, dar repetate, pot constitui un mare succes.

„Tăcerea" ca reacție la un răspuns care nu ne mulțumeşte, poate să semnalizeze aşteptarea altor informații de la partener.

„Retragerea după refuz"

Este o tactică de negociere care foloseşte tehnica „uşa în nas", des folosită de oamenii obişnuiți. Bazându-ne pe această metodă, vom lansa o cerere mult mai mare decât vrem noi să obținem, fiind aproape siguri că vom fi refuzați. După refuzul părții adverse, vom formula cererea pe care, de fapt, o doream. Folosind această metodă şansele de a nu fi refuzați şi a două oară cresc foarte mult.

2.3. Stiluri de negociere

O problemă poate fi abordată în moduri diferite. În realizarea unei negocieri, modul, de abordare a negocierii trimite la stilul de negociere. Alegerea unui anumit stil de negociere este foarte importantă pentru rezultatul unei negocieri deoarece succesul unei strategii de negociere depinde atât de tacticile folosite cât şi de stilul adoptat.

Colaborarea:

Scanned with OKEN Scanner

- este folosită atunci când problemele puse în discuţie sunt foarte importante şi nu permit compromisuri, dar şi pentru menţinerea relaţiilor dintre părţi
- presupune o poziţie de tip „câştig – câştig"
- necesită existenţa unei rezerve mari de timp pentru negociere

Autoritatea:
- este folosită într-o negociere de către persoane care deţin puterea
- vizează folosirea unor metode în forţă, fie pentru luarea unor decizii rapide, fie pentru luarea unor măsuri nepopulare
- presupune o poziţie de tip „câştig – pierdere", indiferent de gradul afectării relaţiei dintre părţi

Concilierea;
- este abordată atunci când negociatorul realizează că merge pe un drum greşit care ar duce la consecinţe nedorite
- presupune o poziţie de tip „pierdere – câştig", negociatorul urmărind o pierdere minimă dar şi menţinerea relaţiilor cu partenerul de negociere.

Compromisul:
- vizează găsirea unei soluţii care să fie acceptată deoarece satisface parţial părţile care negociază; aceasta, mai ales dacă nu dispunem de suficient timp sau dacă rezolvarea problemei este temporară
- presupune o poziţie de tip „câştig minim – pierdere minimă", pentru ambele părţi.

Evitarea:
- este folosită atunci când nu există şanse de realizare a obiectivelor, nici măcar parţial
- presupune o poziţie de tip „pierdere - câştig", în acest caz, partea cealaltă având posibilitatea de a câştiga.

Stilul de negociere trebuie ales în funcţie de problema negociată.

Multe negocieri se realizează prin folosirea stilului de colaborare dar, chiar în cadrul aceleiaşi negocieri, stilul se poate schimba, în funcţie de situaţia nouă apărută.

Stilurile de negociere nu pot fi separate strict, acestea se îmbină, asemenea pieselor de „puzzle".

Este evident că un negociator nu poate să adopte un singur stil de negociere; dar, se poate ca, într-o anumită situaţie, în funcţie de specificul problemei abordate, un anumit stil să fie predominant.

Negocierea presupune, metaforic vorbind, „să vindem avantaje, nu produse".

3. MEDIEREA

Medierea presupune intervenţia unei terţei părţi, neutre în raport cu părţile aflate în contact, în rezolvarea conflictului prin facilitarea comunicării şi oferirea de sugestii.

Scanned with OKEN Scanner

Mediatorul în viaţa de zi cu zi poate fi un coleg, un prieten care atunci când apar diferende le consiliază prin sfaturi, este imparţial, rămâne obiectiv.

Poliţistul are rolul de mediator între părţile aflate în conflict. Înainte de a începe medierea de a aduce părţile împreună, poliţistul trebuie să discute cu ele individual astfel încât:

- să câştige încrederea unuia faţă de celălalt;
- să îi motiveze să se confrunte cu disputa şi să o rezolve;
- să se asigure că se păstrează confidenţialitatea informaţiilor;
- să clarificaţi rolul dvs. ca mediator;
- să ceară părţilor o părere de ansamblu asupra situaţiei;
- să existe un angajament din partea fiecărei părţi.

Rolul de mediator al poliţistului constă în faptul că nu judecă ceea ce părţile povestesc (bine, rău) şi nici nu ia apărarea vreuneia dintre părţi; îi ajută să se concentreze asupra problemelor şi să caute soluţii care sunt acceptabile pentru amândouă părţile; clarifică autoritatea fiecărei părţi, de a negocia şi încheia acorduri, confirmă limitele temporare pentru sesiunea de mediere, foloseşte un ton pozitiv şi încurajator.

Pentru a realiza o mediere eficientă trebuie să se ţină cont de următoarele recomandări:

- Se vorbeşte pe rând, câte o persoană, în timp ce ceilalţi ascultă;
- Toate informaţiile relevante trebuie împărtăşite şi celorlalţi;
- Fiecare vorbeşte din propria perspectivă, reducând astfel învinuirile.

În orice tip de conflict poliţistul trebuie să ţină seama, atunci când comunică, de următoarele aspecte:

- să folosească un limbaj simplu, clar;
- să evite ambiguitatea;
- să evite jargonul sau limbajul prea tehnic.

Avantajul medierii constă în faptul că ajută oponenţii să facă mai uşor concesii cu consecinţe care conduc mai rapid şi mai eficient la rezolvarea conflictului.

Medierea se poate realiza prin :

- contact direct, atunci când părţile implicate sunt dornice să coopereze şi să ajungă la o înţelegere

- contact indirect, atunci când intensitatea conflictului este foarte mare şi poate lua amploare.

Importanţa rolului pe care îl are mediatorul este dată de funcţiile pe care trebuie să le îndeplinească acesta pe parcursul negocierii. El trebuie să asigure o confruntare deschisă, să pună accent pe motivaţia reciprocă a tuturor celor prezenţi la masa discuţiilor. Poliţistul se va asigura că sunt luate în discuţie toate punctele divergente, va stabili care este ultimul punct asupra căruia părţile au căzut de acord, va clarifica argumentele fiecărei părţi şi va încerca să creeze o viziune comună şi să găsească soluţii posibile.În final, se va asigura că soluţiile convenite de comun acord vor fi aplicate corespunzător. Este posibil ca în unele situaţii, poliţistul să încerce să prezinte părţilor implicate, sub o altă

Scanned with OKEN Scanner

perspectivă, datele problemei, astfel încât să inducă celor prezenţi noi opţiuni de rezolvare a conflictului.

Prevenirea conflictului devine eficientă dacă se poate anticipa apariţia situaţiilor care pot genera conflicte. Strategiile pentru reducerea conflictelor sunt utile în momentul imediat următor escaladării conflictului. Atunci se poate apela la soluţii precum: folosirea unor persoane cu influenţă asupra grupului/grupurilor implicate pentru reducerea intensităţii conflictului, precum şi identificarea unor obiective comune pentru realizarea coezlunii grupurilor în vederea atingerii lor, etc. Strategiile de rezolvare a conflictelor presupun ajungerea la un acord comun, de către părţile implicate. Pentru aceasta trebuie să se evite unele situaţii de genul: una din părţi nu întreprinde nici o acţiune pentru a rezolva conflictul; solicitarea unei perioade de timp mai lungi pentru gestionarea conflictului, ascunderea declanşării conflictului, etc.

O altă modalitate de rezolvare a conflictelor este soluţionarea acestora în mod direct. Aceasta se realizează prin confruntarea părţilor. Pentru a aplica această metodă este necesară parcurgerea unor etape după cum urmează: admiterea,de către cel puţin una dintre părţi, a faptului că există un conflict şi că este obligatoriu să se treacă la etapa următoare, adică la confruntarea propriu-zisă; în cadrul confruntării se vor analiza posibilităţile de eliminare a stării conflictuale, pe care una sau mai multe părţi o pot considera ori ca fiind inexistentă, ori ca având o importanţă mai mică din punct de vedere conflictual, dacă în această fază nu se găseşte o soluţie, vor urma alte etape, şi anume: identificarea sursei conflictului, a ceea ce a dus la declanşarea conflictului, stadiul în care fiecare parte îşi evaluează ceea ce este în favoarea sa şi caută, din nou, o soluţie; după momentul în care părţile convin asupra soluţiei, se va trece la ultima etapă – verificarea aplicării soluţiilor adoptate de părţile implicate.

Poliţistul îndeplineşte următoarele funcţii în cadrul procesului de mediere:

Pe parte de conţinut:

- ajută părţile să-şi clarifice problemele şi interesele;
- ajută părţile să găsească datele şi informaţiile relevante:
  - să stabilească criterii obiective;
  - să identifice limitările realiste.

Pe parte de procedură:

- ajută părţile să ajungă la masa negocierii;
- ajută structurarea procesului:
  - aranjează întâlnirea;
  - stabileşte agenda de lucru;
- ajută părţile să înregistreze progrese.

Pe parte de comunicare

- menţine canalele de comunicare deschise;
- ajută părţile să-şi exprime emoţiile şi să şi le stăpânească;
- ajută părţile să decodifice" şi să se înţeleagă reciproc;
- ajută părţile să nu se discrediteze.

Poliţistul trebuie să ţină cont de faptul că medierea nu este posibilă în toate cazurile mai ales atunci când:

Scanned with OKEN Scanner

- prezenta mai multor părți sau a persoanelor sau grupurilor tangente nu poate fi exclusă;

- una dintre părți o poate învinge ușor pe cealaltă pentru că are anumite atuuri (diferență mare în raportul de putere);

- părțile nu știu să negocieze;

- părțile nu au capacitatea de a identifica interesele comune, sau le minimalizează;

- părțile sunt interesate numai în învingerea totală a celeilalte părți.

Pentru a realiza gestionarea eficientă a conflictului polițistul trebuie să aibă abilități de comunicare eficientă prin intermediul tehnicilor de persuasiune și argumentare, pentru a câștiga respectul părților, a încuraja părțile să vorbească și a conduce părțile spre o rezolvare pașnică a disputei.

Comunicarea este o activitate esențială în condițiile apariției unui conflict deoarece: timpul avut la dispoziție este scurt, informația este insuficientă, se impune combaterea zvonurilor și realizarea unei relații apropiate, este nevoie de feed-back imediat și uneori se impun dezbateri, negocieri.

În concluzie, putem afirma că deprinderile de comunicare sunt dobândite, însă trebuie perfecționate întrucât dificultățile de comunicare duc la conflicte și acestea reprezintă o problemă actuală pentru desfășurarea oricărei activități.

Scanned with OKEN Scanner

INDIVIZI ŞI GRUPURI ÎN ORGANIZAŢII

Societatea nu poate exista fără indivizi, iar aceştia nu pot supraviețui decât în cadrul unei asocieri bazată pe relaţii interpersonale. Aceste relaţii se bazează pe comunicare, prin intermediul acesteia omul reuşeşte să-şi satisfacă trebuinţele.

Pentru om nevoia de comunicare cu ceilalţi oameni, de a intra în relaţie cu ei, este la fel de importantă ca satisfacerea nevoilor primare (hrană, odihnă, etc.) sau a nevoilor de securitate şi siguranţă. Nevoia de relaţionare a individului este o necesitate finalizată prin: suport psihologic, stimă, dragoste, reducere a incertitudinii şi anxietăţii, afiliere, statut, securitate şi prestigiu.

1. NOŢIUNI GENERALE REFERITOARE LA INDIVID, GRUP, ORGANIZAŢIE.

Omul se naşte, se dezvoltă şi îşi construieşte personalitatea în cadrul societăţii. Fiinţă prin excelenţă socială, el trebuie să se adapteze, în mod voluntar sau obligatoriu, setului de norme de natură morală sau juridică pe care societatea le-a elaborat şi le-a acceptat pentru a nu-i fi perturbată dezvoltarea.

Pentru a caracteriza fiinţa umană s-au folosit mai mulţi termeni precum: *individ, individualitate, persoană, personalitate. Individul* semnifică doar o prezenţă fără nici un fel de evaluări. *Individualitatea* reprezintă ansamblul particularităţilor unei persoane care îl deosebeşte de celelalte persoane şi care îl fac unic.Termenul de *persoană* se referă exclusiv la oameni şi are de regulă o semnificaţie mai mult statistică (câte persoane avem de audiat, etc.), fără a include date personale cum sunt: vârsta, ocupaţia, sex, etc. *Personalitatea* este termenul ce denumeşte omul în contextul existenţei sale psihosociale şi biologice, al înzestrării şi al pregătirii sale culturale. Personalitatea nu ne este dată la naştere, ea cunoaşte o evoluţie până în jurul vârstei de 18-20 ani.

Deoarece, omul nu se naşte cu anumite predispoziţii, pentru a se integra în normele care guvernează comunitatea, acesta trebuie să parcurgă în mod obligatoriu, etapele socializării.

Socializarea *reprezintă cadrul în care individul uman îşi asigură existenţa şi se defineşte ca proces psihosocial prin care indivizii îşi însuşesc normele,valorile,regulile de comportament specifice grupului social din care fac parte.* Aceasta este o necesitate pentru individ şi reprezintă rezultatul învăţării având două obiective:

a. transmiterea culturii materiale şi spirituale de la o generaţie la alta;
b. formarea şi dezvoltarea personalităţii indivizilor.

Aceasta se realizează prin intermediul unor factori sau agenţi de socializare cum ar fi:

a) Familia poate fi considerată principalul agent implicat în socializarea individului, deoarece mare parte a timpului omul şi-o petrece în mijlocul său.

Scanned with OKEN Scanner

Familia este cadrul în care copilul ia contact pentru prima dată cu norme morale, religioase şi juridice pe care trebuie să le respecte. Viaţa din familie, natura relaţiilor dintre membrii acesteia, climatul educativ propice sau, din contră, inadecvat influenţează decisiv socializarea în formă pozitivă sau negativă. Rolul familiei este extrem de mare în socializarea individului deoarece la vârsta copilăriei, preadolescenţei şi adolescenţei, individul are tendinţa de a imita conduita membrilor familiei sale.

b) Şcoala este cel de-al doilea factor (agent) al socializării. Pe parcursul şcolarizării, concomitent cu instrucţia se face şi educaţia tânărului acomodându-l cu o anumită disciplină şi prezentându-i modele de conduită demne de a fi urmate.

c) Grupurile de prieteni se constituie ca un al treilea factor (agent) al socializării, deoarece în acest gen de microgrup individul ia contact cu atmosfera specifică unei asemenea microcolectivităţi, îşi evidenţiază şi îşi valorifică trăsăturile de personalitate. În funcţie de preocupările grupului, socializarea individului poate fi *pozitivă, sau negativă,* (ex. grupuri în care se consumă băuturi alcoolice, substanţe psihotrope, grupurile sataniste ori cele cu activitate infracţională).

d) Colectivul de muncă joacă un rol extrem de important în socializarea individului deoarece, în procesul muncii, omul îşi relevă atitudinea sa faţă de muncă, faţă de sine şi faţă de societate. Munca este un important factor de educaţie, mai ales când se desfăşoară într-un colectiv, deoarece sub control social omul se străduieşte să devină disciplinat, punctual, harnic, comunicativ şi colaborează cu colegii, ceea ce-l determină să respecte normele morale şi juridice ale societăţii.

e) Mijloace de informare în masă în special în ultimele decenii, au devenit un agent al socializării extrem de important datorită faptului că pătrund în toate mediile sociale şi au mare impact psihologic, emoţional. Prin intermediul mijloacelor de informare în masă sunt prezentate cetăţenilor modele de conduită. Nu întotdeauna activitatea mijloacelor de informare în masă este benefică, deoarece, uneori, în goana după senzaţional, din interese meschine, de factură materială, unele ziare, reviste sau posturi radio-tv difuzează materiale care exacerbează violenţa, pornografia, libertinajul, sexualitatea, instigând uneori chiar la anularea valorilor morale ce guvernează societatea, prezentând falsele modele comportamentale.

f) Biserica, instituţiile cultelor legal recunoscute contribuie alături de ceilalţi agenţi ai socializării, la promovarea în societate, a unor norme religioase identice cu normele morale şi juridice ale societăţii. La fundamentul dogmelor religioase specifice cultelor ce activează legal, stau valori unanim recunoscute şi acceptate de societate. căutarea şi promovarea adevărului, cinstei, sincerităţii, moralitatea, altruismul, incriminând în acelaşi timp nonvalorile morale.

În mod individual, dar de cele mai multe ori conjugat, agenţii socializării acţionează în direcţia socializării individului pentru a-i facilita integrarea în cerinţele şi exigenţele specifice comunităţii în care-şi duce existenţa.

Scanned with OKEN Scanner

De cele mai multe ori, între aspiraţiile individului şi resursele sale psihofizice există o discrepanţă şi, în consecinţă, omul este tentat să atribuie eşecurile sale unor obstacole reale sau imaginare pe care i le opune societatea. Unii indivizi, neputând suporta constrângerile, interdicţiile pe care le impun relaţiile sociale, normele morale şi juridice, caută fie să le eludeze, fie să le încalce brutal, cu bună ştiinţă, adoptând un comportament deviant sau chiar delincvent Adoptarea de către un individ a unui comportament deviant sau delincvent denotă existenţa unor disfuncţionalităţi sau chiar eşecuri imputabile agenţilor socializării, care nu au găsit cele mai adecvate căi şi metode de a-l socializa. În acest caz se poate spune că omul manifestă o inadaptare socială, exprimată prin refuzul de a se integra în sistemul de valori şi norme specifice societăţii în care trăieşte.

Prin intermediul procesului de integrare socială orice individ devine apt să-şi regleze singur conduita, trecând de la conduita normativă, impusă de regulile stricte ale societăţii, la o conduită bazată pe autoconştientizare, pe autoreglare.

Prin natura sa omul, este o fiinţă socială. El nu poate trăi izolat, ci se asociază cu alţi oameni, în grupuri, pentru a desfăşura anumite activităţi şi a obţine rezultate ce vizează un scop comun. Acest scop presupune satisfacerea nevoilor membrilor sau menţinerea unităţii grupului.

În cadrul grupului din care face parte, individul trebuie să-şi aducă propria contribuţie la realizarea scopului, contribuţie determinată de poziţia şi relaţiile sale în cadrul grupului, ce se pot defini şi explica cu ajutorul conceptelor de **statut** şi **rol**.

Termenul de **„statut"** desemnează drepturile şi îndatoririle unei persoane, puterea de care aceasta dispune. Exprimă faptul că în cadrul grupurilor persoanele se diferenţiază potrivit poziţiilor, funcţiilor şi locurilor pe care le ocupă acestea în cadrul anumitor structuri şi situaţii sociale. Statutul este legat de vârstă, rasă, sex, cultură, profesie, religie, morală, poziţie economică, etc. În societate fiecare individ ocupă cel puţin o poziţie.

(Exemplu: Un adolescent este fiu, frate, şef de clasă; acelaşi bărbat poate fi soţ, tată, ofiţer, membru al unei echipe de fotbal).

Statuturile sociale se exprimă printr-o serie de simboluri şi semne distinctive, cum sunt: decoraţiile şi medaliile, uniformele, portul naţional, locul şi programul de muncă, etc.

Rolul exprimă ansamblul comportamentelor pe care alte persoane le aşteaptă de la noi. De exemplu, comportamentele pe care le aşteaptă elevul de la profesor, cetăţeanul de la poliţist, o persoană bolnavă de la medic, alcătuiesc rolul profesorului, rolul poliţistului, rolul medicului. Exercitarea unor roluri în viaţa publică este facilitată de portul uniformei (exemplu: roba juriştilor, uniforma medicilor etc.)

Poliţistul trebuie să-şi exercite rolul în orice împrejurare, nu numai prin executarea sarcinilor de serviciu în orele de program.

Realitatea socială se prezintă ca un sistem complex de grupuri, care construiesc norme, valori şi exercită influenţe asupra membrilor săi. Termenul de **grup** vine din limba franceză „groupe" şi reprezintă un ansamblu de

Scanned with OKEN Scanner

persoane orientate spre realizarea unei sarcini comune (impusă sau adoptată prin consens), interacţionând direct, potrivit unor norme comportamentale acceptate de toţi membrii.

De regulă indivizii se dezvoltă într-o organizaţie. Fiecare organizaţie este formată la rândul ei din mai multe grupuri. Acestea se pot diferenţia după scopul alcătuirii lor în :

- **grupuri formale (oficiale);**
- **grupuri informale (neoficiale).**

Grupurile formale sunt grupuri caracterizate prin: organizarea şi funcţionarea unei structuri bazate pe raporturi interumane funcţionale, oficiale, statuate prin regulamente şi dispoziţii, precum şi alte prevederi legale (exemple: clasa de elevi, echipa de muncă etc).

În organizaţii o importanţă deosebită o are comunicarea, iar la nivel formal există o comunicare descendentă şi o comunicare ascendentă. Comunicarea descendentă este cea în care îl are ca iniţiator pe şef care se adresează subordonaţilor săi. În acest tip de comunicare şeful comunică obiectivele pe termen lung, mediu şi scurt, modul de organizare a activităţii, transmiterea deciziilor şi a procedurilor prin care acestea sunt puse în practică, evaluările asupra activităţilor, etc. Comunicarea ascendentă se desfăşoară de la subordonat ca iniţiator către şef (de la poziţiile ierarhice inferioare către cele superioare). Astfel se asigură feed-backul de la subordonaţi către şef.

Grupurile informale sunt grupuri bazate pe raporturi interumane neoficiale, care se formează spontan, au o durată variabilă şi sunt dependente în cea mai mare parte de factorii psihologici (relaţii socio-afective: de atracţie, simpatie, prietenie). Organizarea şi relaţiile dintre membrii unui astfel de grup, nu sunt reglementate de acte normative, au la bază norme, cerinţe şi principii comune.

Grupul constituie cadrul de afirmare şi de securitate, şi exprimă nevoia omului de a se asocia, de a se socializa, oferă individului satisfacţii sociale şi ajutor contra nemulţumirilor profesionale, care îi produc nelinişte, teamă, stres şi disconfort în relaţiile cu ceilalţi. Grupul contribuie decisiv la transmiterea valorilor unei societăţi, se prezintă ca mediu şi mijloc de învăţare a unor roluri sociale. Acesta poate contribui la dezvoltarea conştiinţei de sine a membrilor săi. Datorită acestor lucruri, omul nu concepe existenţa sa în afara unui grup.

Pe lângă adaptare, grupul creează pentru fiecare dintre membrii săi sentimentul solidarităţii, care se exprimă prin sprijinul mutual pe care îl aşteaptă individul de la grupul din care face parte, atunci când are o problemă.

Trăirile pozitive precum: admiraţia, entuziasmul, compasiunea, zâmbetul sau negative precum: ura, invidia, disprețul, au un rol fundamental în conservarea grupului, măreşte interesul sau dezinteresul unui membru pentru ceilalţi. Acestea pot crea o solidaritate între membrii grupului. Interesul fiecărei membru al unui grup este acela de a menţine echilibru, liniştea, armonia pentru că astfel grupul progresează, îşi atinge obiectivele propuse.

Mai multe grupuri formează o organizaţie. Fiecare organizaţie foloseşte un limbaj specific, ca un cod, un limbaj specializat care contribuie la sentimentul identităţii şi apartenenţei angajaţilor la organizaţie.

Scanned with OKEN Scanner

Organizaţia este o structură socială în care angajaţii se află în relaţii de interacţiune/cooperare în vederea realizării unor obiective comune. Este un sistem deschis, cu o mare capacitate de adaptare şi autonom. Are posibilitatea de a se autoreorganiza în situaţiile în care este necesar acest lucru, prin redimensionarea şi restructurarea departamentelor care o compun.

Pentru o cât mai bună funcţionare a unei organizaţii, este necesar să se stabilească un echilibru între cele două axe componente: pe de o parte se află obiectivul activităţii care trebuie desfăşurată (*misiunea organizaţiei),* iar pe de altă parte se află îndeplinirea obiectivelor personale ale angajaţilor/membrilor organizaţiei.

Instituţia Poliţiei reprezintă un grup puternic formală ce se caracterizează prin existenţa organizării oficiale, relaţiile dintre membrii fiind instituţionalizate. Activitatea desfăşurată de membrii acestei instituţii este strict reglementată prin ordine, dispoziţii, regulamente şi legi. Grupul prezintă o structură ierarhică ce implică existenţa ierarhiei funcţiilor şi a gradelor iar rolurile şi statutele sunt reglementate de regulamente de ordine interioară, instrucţiuni sau dispoziţii. In orice subunitate a M.I.R.A. activitate care are scopul de apărare a ordinii şi liniştii publice, de a preveni orice acţiune deviantă şi de a identifica şi trage la răspundere pe cei vinovaţi de încălcarea legii.

Orice instituţie se prezintă ca o organizaţie psihologică în care fiecare membru al grupului acţionează pe baza unei concepţii şi conduceri unitare, potrivit relaţiilor de status şi rol stabilite.Instituţia poliţiei este caracterizată printr-un model propriu de organizare şi funcţionare, fundamentat pe un sistem de norme şi valori cuprinse în legi şi regulamente, în scopul îndeplinirii misiunilor.

2. PARTICULARITĂŢI ALE CLIMATULUI PSIHOSOCIAL ÎN UNITĂŢILE MINISTERULUI INTERNELOR ŞI REFORMEI ADMINISTRATIVE

Dezvoltarea oricărei structuri ale cărei scopuri constau în exercitarea autorităţii este asigurată în foarte mare măsură de existenţa unui climat psihosocial care să permită dezvoltarea unor relaţii interpersonale favorabile creşterii şi menţinerii performanţelor.

Climatul psihosocial se referă la „atmosfera morală" a grupului, care este o rezultantă a relaţiilor psihosociale, precum şi a satisfacţiei trăite de membrii grupului.

Climatul de muncă, se constituie la nivelul subunităţilor MIRA ca o rezultantă a interacţiunilor cu caracter preferenţial, a atitudinilor membrilor faţă de munca depusă şi faţă de profesie, a profilului motivaţional,a coeziunii a performanţelor obţinute.

Una din caracteristicile definitorii ale profesiei de poliţist este reprezentată de obligativitatea respectării sistemului de norme şi reguli obiectivitate în legi, ordine, regulamente şi dispoziţii, ce asigură cuantificarea şi evaluarea oricărei activităţi, aprecierea performanţei acesteia. Trebuie însă precizat că performanţa într-o activitate este dată de măsura în care acea activitate contribuie la rezolvarea problemelor cu care se confruntă societatea în

Scanned with OKEN Scanner

ansamblu, probleme care sunt din ce în ce mai complexe şi pentru a căror soluţionare este necesară adaptarea modalităţilor de acţiune.

Evaluarea performanţei în grup se reflectă în modalităţile prin care individul se adaptează la realitate şi reuşeşte s-o transforme pentru a-şi satisface propriile nevoi. Toate aceste criterii de evaluare devin apoi norme stabile şi obligatorii de percepţie, de gândire, comunicare şi acţiune, acceptate atât de individ, cât şi de grupuri şi societate, constituind în final norme (sociale, morale, profesionale etc) – acele reglementări ce stabilesc modalităţile de relaţionare, de comunicare, de conduită prin care orice comportament este evaluat şi acceptat sau respins, sancţionat în cazul în care se constată nerespectarea acestora. Orice activitate este, deci reglementată printr-un sistem de reguli şi norme profesionale ce se exprimă şi se manifestă printr-un model comportamental care asigură uniformitatea de acţiune şi individualitatea, diferenţierea faţă de celelalte activităţi.

Calitatea climatului psihosocial este dată de calitatea muncii, de claritatea scopurilor şi aderenţa poliţiştilor la acestea, de relaţiile dintre poliţişti, de modul în care sunt gestionate conflictele interpersonale sau de grup, de respectarea reglementărilor formale, de relaţia şef-subordonat, de sistemul premial, de promovare etc.

În organizaţie, climatul psihosocial este influenţat de **caracteristicile** care o definesc:

- **specializarea**, prin care responsabilităţile fiecărei funcţii sunt precis definite, astfel încât fiecare funcţie are detaliat înscrise îndatoririle;
- **structura ierarhică autoritară** – funcţiile sunt ordonate după principiul ierarhic şi al nivelului de autoritate gradată, fiecare funcţie aflându-se sub conducerea şi controlul celei superioare; autoritatea este, deci, dată de funcţie, iar ordinele sunt ascultate şi executate deoarece statuează competenţa unei funcţii de a da ordine;
- **sistem de reguli şi reprezentări formale** – funcţionarea este guvernată de un sistem de reguli privind conducerea, coordonarea, controlul şi execuţia; toate deciziile şi acţiunile se supun acestui sistem de reguli şi reprezentări formale;
- **impersonalitate şi imparţialitate** – autoritatea este impersonală, este dependentă de regulile organizaţionale şi corespund rangului ierarhic al funcţiei sale; ea nu este niciodată rezultatul unui singur individ, de aceea acceptarea autorităţii şi acceptarea persoanei nu sunt neapărat identice;
- **promovarea în carieră** – activitatea într-o astfel de organizaţie constituie o carieră; promovarea membrilor organizaţiei se face fie în funcţie de vechime, fie de competenţa dovedită în desfăşurarea activităţii, fie printr-o combinaţie a celor două criterii;
- **eficienţa** – decurge tocmai din caracteristicile prezentate mai sus, acestea asigurând organizaţiei capacitatea de a atinge un înalt grad de eficienţă.

Din punct de vedere psihosocial însă, climatul organizaţiei poliţieneşti este determinat de:

Scanned with OKEN Scanner

- **stilul de conducere,** manifestat prin orientarea spre resurse umane sau pe obiective, prin capacităţi profesionale şi atitudinile sportive;

- **profilul grupului**, ce se manifestă prin stilul de muncă al grupului, atitudinea faţă de muncă, condiţiile de muncă, atitudini reciproc suportive:

- **condiţii tehnice**, circuitul informaţional, calitatea organizării, motivarea, controlul în organizaţie;

- **procesele de grup** ce constau în comunicarea în grupul de muncă, coeziune, realizarea sarcinilor, cooperare;

- **satisfacţia muncii** rezultată din satisfacţia faţă de muncă, faţă de profesie, faţă de salarizare, faţă de promovare.

Necunoaşterea sau ignorarea acestor factori se soldează cu disfuncţii generale ale organizaţiei ce se constituie în cauze ale unor evenimente negative, astfel:

- ignorarea existenţei structurii informale, neoficiale, ce apare ca urmare a necesităţii indivizilor aflaţi în interacţiune de a-şi manifesta anumite atitudini îndeosebi afective valorice, de un tip sau altul, faţă de cei care realizează structura formală, se poate solda cu:
  - separarea afectivă a forţelor membrilor grupului cu efect direct asupra tipului de influenţă în plan ierarhic;
  - crearea unor canale de comunicare, altele decât cele oficiale;
  - incongruenţa dintre statul formal (funcţional, atribuit de instituţie) şi cel informal (autoatribuit de către alţii ca urmare a manifestării unor calităţi sau defecte personale);
- superficialitatea în îndeplinirea sarcinilor, prin predominanţa motivaţiei economice;
- inerţia stilului de conducere sau neadaptarea lui la dinamica organizaţională sau socială se poate solda cu refuzul autorităţii, dezvoltarea unor atitudini ostile, de faţadă;
- prezenţa unui climat psihosocial mult prea lejer, a unor relaţii excesiv de amicale, poate duce la subiectivism pronunţat şi la promovarea intereselor personale în detrimentul celor ale organizaţiei;
- lipsa de cooperare şi coeziune;
- blocaje şi distorsiuni în comunicarea pe orizontală şi verticală;
- evitarea responsabilităţii prin pasarea acesteia, evitarea confruntării directe cu o problemă existentă, chiar şi atunci când sunt conştientizate consecinţele care derivă din această atitudine;
- rezistenţa la schimbări;
- practici neregulamentare, exprimate direct sau indirect, care generează sentimentul de nedreptate, devalorizare şi care inhibă tendinţa naturală a individului de a-şi manifesta potenţialul de care dispune.

Înlăturarea acestor surse potenţial generatoare de disfuncţii şi vulnerabilităţi în organizaţie, facilitează formarea unui climat psihosocial favorabil valorificării eficiente a potenţialului resursei umane. Menţinerea unui astfel de climat psihosocial este, deci, condiţionată de concordanţa dintre valorile individuale şi cele promovate de instituţie: sănătatea, siguranţă

Scanned with OKEN Scanner

personală, colegialitate, comunicare, identitate de grup profesional, competenţă, performanţă, iniţiativă, responsabilitate, respect reciproc, prestigiu, curaj, corectitudine, cinste, onestitate etc.

Această concordanţă dintre valori reprezintă elementul determinant al comportamentului profesional, care asigură menţinerea unui nivel înalt al performanţei. Se impune, deci, reanalizarea şi redefinirea stilului de conducere, a calităţi relaţiilor umane ce stau la baza oricăror relaţii de muncă, atitudinilor pentru că cea mai importantă valoare este şi va rămâne omul.

Menţinerea unui climat optim de muncă asigură rezolvarea sarcinilor şi îndeplinirea cu succes a misiunilor. Reuşita deplină a misiunilor este în raport direct cu gradul de cunoaştere a oamenilor. Astfel, pentru acţionarea eficientă asupra subordonaţilor, orice şef trebuie să cunoască metodele şi tehnicile psihologice de cunoaştere. Numai printr-o cunoaştere intenţionată, planificată şi organizată, cadrele cu funcţii de conducere vor reuşi să descopere calităţile oamenilor şi să acţioneze corespunzător în vederea atingerii obiectivelor stabilite.

În domeniul M.I.R.A., cunoaşterea subordonaţilor trebuie să fie un punct de plecare, un mijloc de eficientizare a întregii activităţi (de conducere, de instruire, de educare). A cunoaşte subordonaţii este doar primul pas (poate cel mai important şi dificil în acelaşi timp) pe drumul lung al înţelegerii lor ca fiinţe umane, a explicării şi predicţiei comportamentului acestora şi, al îmbunătăţirii performanţelor obţinute.

Practica relaţiilor interpersonale evidenţiază existenţa unei cunoaşteri empirice, un contact între doi oameni, fiecare încearcă să-l cunoască pe celălalt, vizându-i diferite însuşiri caracteriale, aptitudinale, reacţii emoţionale etc. Unii sunt slabi cunoscători de oameni, formându-şi păreri false şi superficiale, pe când alţii îşi elaborează, cu mijloace proprii, metode simple de cunoaştere care îl conduc la rezultate utile. Despre aceştia se spune că sunt „buni psihologi", totuşi, cunoaşterea empirică nu ajunge – nici în cazul celor mai surprinzătoare intuiţii – să explice în mod complet fenomene de personalitate. Pentru aceasta este necesară o investigaţie sistematică, formată prin norme ştiinţifice.

Cunoaşterea comună, ca şi cunoaşterea ştiinţifică, a avut ca temă preocuparea privind raportul dintre ceea ce oamenii simt (gândesc), ceea ce spun şi ceea ce fac. În termeni ştiinţifici este vorba de raportul dintre atitudini (ceea ce oamenii simt şi gândesc), opinii declarate (ceea ce spun) şi comportament (ceea ce fac efectiv).

Concordanţa dintre atitudinile şi acţiunile noastre este ceva firesc, însă discrepanţa dintre aceste două planuri a condus la o serie de experimente şi interpretări. Explicaţia se află în interacţiunea a trei factori: metodologici, de personalitate şi de situaţie.

În categoria *factorilor metodologici* intră:

- dezirabilitatea socială (tendinţa subiecţilor de a da răspunsuri în conformitate cu ceea ce este de dorit din punct de vedere social, intenţionat nu se declară atitudinea adevărată);

Scanned with OKEN Scanner

- diferența de timp (atitudinile și comportamentele se modifică în timp);
- un comportament este determinat de mai multe atitudini (iar noi uneori luăm în calcul numai o atitudine, și aceea este nerelevantă).

În categoria *factorilor de personalitate* intră:

- atitudinea (dacă atitudinea a fost însușită prin experiență proprie sau a fost preluată de la alții);
- gradul de accesibilitate a unei atitudini (ușurința cu care indivizii își reamintesc diferite atitudini și pot opera cu ele);
- nivelul general de activism al persoanei în cauză (un individ activ e foarte probabil că va acționa conform atitudinilor sale, decât unui apatic,inactiv);
- obișnuințele sunt în multe cazuri mai puternice decât atitudinile.

În categoria *factorilor situaționali* se numără:

- prezența celorlalți, care impun un anumit gen de comportament – este un factor ce determină abateri de la atitudinea reală a indivizilor, mergând până la comportamente contraatitudinale;
- singura alternativă acțională (individul nu are de ales și execută acea alternativă, cu toate că nu are față de ea o atitudine pozitivă);
- predicția comportamentului poate fi făcută cu o mai mare acuratețe prin comportarea situației decât prin cunoașterea diferențelor de personalitate (ex. Unei persoane nu-i place ideea să poarte costum și cravată, dar multe ocazii cer acest lucru).

Cunoscând acești factori se pot elimina greșelile pe care șefii le pot face în interpretările pe care le dau anumitor comportamente sau atitudini. Acesta este un aspect important în cunoașterea subordonaților cât mai aproape de realitate.

Coeziunea și climatul de muncă într-o unitate de poliție mai depind și de comportamentul și personalitatea subalternilor. În funcție de modul în care ei percep subordonarea, distingem următoarele categorii de polițiști:

- *polițiștii care suportă greu subordonarea*, considerând-o ca o relație forțată, impusă. În conștiința acestora predomină sentimentul dezagreabil de supunere oarbă, sentiment care se naște chiar și numai la auzul noțiunii. Cei în cauză sunt oameni cărora le lipsește sau au slab concentrată înțelegerea motivelor logice ale acesteia. Un astfel de polițist va fi permanent înclinat să considere orice ordin un atentat la libertatea individuală, fapt ce-l va irita. Va accepta mai ușor un ordin formulat în termeni prietenești, pe care îl va executa cu mai multă înțelegere.
- *polițiștii care se complac în situația de subordonat* întrucât această postură nu-i obligă să gândească prea mult, nici să ia hotărâri majore sau care presupun implicit și un grad sporit de răspundere. Acest comportament se transformă mai lent sau mai rapid în obișnuință, constituind o modalitate comodă de a exista în afara oricăror răspunderi și pericole. În această situație se găsesc acei oameni care nu rezolvă nimic fără a fi primit ordin. De obicei sunt inoperanți, constituind tipul clasic al birocratului din poliție.
- *polițiștii pentru care subordonarea constituie o necesitate socială*, o înțeleg în strânsă legătură cu sentimentul datoriei profesionale. Pentru aceștia

Scanned with OKEN Scanner

subordonarea nu constituie o frână în calea iniţiativei personale.

Este categoria cea mai valoroasă, cu rezultate practice remarcabile, inclusiv în sfera relaţiilor interindividuale şi a celor dintre poliţist şi public, născându-se raporturi de muncă pozitive din cele mai autentice. Trebuie însă manifestată o grijă deosebită pentru a nu fi viciate prin intervenţii neoportune ale unor factori de răspundere.

3. COMPORTAMENTUL POLIŢISTULUI ÎN COLECTIVUL DE MUNCĂ

Pentru a realiza o activitate eficientă poliţiştii trebuie să respecte normele şi regulile stabilite de regulamente, ordine, dispoziţii şi instrucţiuni, precum şi anumite cerinţe după cum urmează :

a) Disciplina este o cerinţă primordială pentru realizarea unor relaţii sociale în colectivele de muncă cât şi pentru dezvoltarea capacităţii combative a instituţiei. Ea presupune:

- *politeţe* care se manifestă prin seriozitate şi respect atât în relaţiile cu şefii şi cu colegii. Plecând de la acordarea semnelor exterioare de respect, de la salut, mod de adresare până la recomandările colegiale ori la respectarea îndeplinirii sarcinilor, toate constituie repere ale unei relaţii pozitive.
- *executarea ordinelor* şi raportarea executării acestora conform prevederilor regulamentare;
- *încadrarea în programul de muncă*, fiind o obligaţie a fiecărui poliţist indiferent de grad şi funcţie.

Cu privire la disciplină, controalele executate de către superiori, observaţiile făcute, criticile şi recomandările formulate nu trebuie să fie interpretate ca răutăţi sau răzbunări, ca şicanări care să ducă la descumpăniri sau supărări, dacă acestea vizează bunul mers al activităţii.

b) Dobândirea stimei şi respectului şefilor şi al colegilor de muncă

Referitor la această problemă se constată că există poliţişti pe care nu-i interesează decât părerea şefului, subapreciind-o pe cea a colegilor de muncă. Aceştia sunt animaţi de motive personale înguste ori de dorinţa de mărire lesne sesizată de către colegii care îi vor detesta, ironiza şi chiar marginaliza.

Situaţia cea mai echilibrată este cea în care un poliţist este apreciat deopotrivă şi de şefi şi de colegi.

Efecte negative asupra relaţiilor de muncă produce în egală măsură situaţia în care poliţistul este apreciat numai de şefi, ori numai de colegi şi subordonaţi. Aceste cazuri generează mai devreme sau mai târziu insatisfacţii, neîncredere, îndeplinirea defectuoasă a datoriei.

c) Încrederea este o cerinţă deosebit de importantă a raporturilor psihosociale care se formează în cadrul subunităţilor sau unităţilor de poliţie.

Ea reprezintă de altfel siguranţa, convingerea şefilor şi colegilor că cel în cauză are capacitatea să execute anumite misiuni, dorinţa şi voinţa să le înfăptuiască, că nu abandonează cu uşurinţă, că ştie să se ţină de cuvânt, că este permanent dominat de buna credinţă. Încrederea este determinată de câteva elemente de bază şi anume:

Scanned with OKEN Scanner

- ***calităţile poliţistului*** (profesionale, volitive, temperamentale, morale, aptitudinale, culturale) etc.;
- ***modul cum aceste calităţi sunt evidenţiate prin îndeplinirea sarcinilor de serviciu;***
- ***sinceritatea şi seriozitatea*** în relaţiile cu şefii, cu colegii şi cu publicul. Minciuna şi lipsa de seriozitate, indiferent dacă sunt promovate în relaţiile de subordonare sau de colaborare, aduc mari deservicii coeziunii colectivului. Atitudinea de pălăvrăgeală, lăudăroşenie, aprecierile subiective sau mai precis bârfa la adresa şefilor sau colegilor de muncă, chiar dacă se manifestă în alte cercuri decât cele ale poliţiştilor nu – i fac nici un serviciu autorului. Orice persoană, îl va dezaproba pe poliţistul palavragiu şi bârfitor, va merge pe zicala populară "cine bârfeşte astăzi despre altul cu mine, mâine mă va bârfi pe mine cu alţii". Prin atitudinea sa poliţistul palavragiu, bârfitor, lipsit de modestie îşi va face un deserviciu enorm. Colegii şi şefii, cunoscându-l, cu timpul îşi vor pierde încrederea în el, îl vor marginaliza, se vor feri permanent, ştiind că cel în cauză nu este în măsură să păstreze un secret sau o confidenţă, că are permanent tendinţa să deformeze realitatea, să interpreteze într-o manieră personală subiectivă aspectele despre care ia cunoştinţă.
- ***spiritul deschis*** de abordare a unor probleme de raportare a unor aspecte negative din propria activitate sau din cea a colegilor. Tendinţa de muşamalizare, de ocolire, de dezinformare a şefilor cât şi atitudinea de "pârâ la şefi" distrug încrederea şi coeziunea colectivului.
- ***spiritul de camaraderie*** este un alt element care cere fiecărui poliţist să manifeste pentru colegii săi grijă, apropiere, solidaritate, ajutor şi spirit de sacrificiu. Acest lucru se impune cu atât mai mult cu cât munca de poliţie presupune de foarte multe ori îndeplinirea unor misiuni cu o mare încărcătură de risc şi de tensiune, pentru reuşita cărora încrederea şi coeziunea, spiritul de camaraderie au o influenţă foarte mare. În orice situaţie, comandantul şi subordonatul sunt obligaţi deopotrivă să-şi apere reciproc onoarea, demnitatea şi autoritatea. Trebuie combătute aspectele de comoditate în pregătire, tendinţele de încălcare a prevederilor regulamentare, de subapreciere a rolului şcolii în pregătirea pentru noua profesie.

d) Armonizarea intereselor individuale cu cele ale instituţiei sau colectivului de muncă.

Referitor la această cerinţă se constată în multe unităţi de poliţie, ca de altfel şi în alte instituţii, două tendinţe: pe de o parte tendinţa unor subordonaţi de a extrapola interesele personale şi a le trece pe planul doi pe cele colective, pe de altă parte tendinţa unor şefi sau factori de răspundere care consideră prioritar interesul colectivului, al instituţiei pentru satisfacerea căruia subordonatul este obligat permanent să-şi sacrifice interesul personal.

Ambele ni se par deopotrivă periculoase pentru bunul mers al activităţii unităţilor de poliţie, deoarece între cele două tipuri de interese există o legătură indisolubilă, o conexiune, fiecare depinzând în mod vital de satisfacerea celuilalt.

Pentru asigurarea unui consens trebuie să se depună eforturi atât din partea subordonaţilor cât şi a şefilor. Fiecare poliţist, indiferent de locul de

Scanned with OKEN Scanner

muncă, trebuie să devină conştient că numai luptând pentru înfăptuirea interesului colectivului va avea posibilitatea să-şi satisfacă propriul interes.

Pe de altă parte, factorii de conducere, şefii de pe toate treptele ierarhice trebuie să fie receptivi şi să-i sprijine pe subordonaţi, în limita prevederilor legale, pentru a-şi rezolva problemele de natură materială, socială, spirituală.

e) Realizarea unei rapide integrări în colectivul de muncă, vizează în mod deosebit tinerele cadre care, absolvind cursurile unei şcoli sunt repartizaţi în unităţile teritoriale de poliţie. Unele dintre acestea păşesc pentru prima dată în unitatea respectivă şi de aceea, suportă un dublu impact: al muncii în premieră şi al colectivului în care trebuie să se integreze.

Încă de la început precizăm că integrarea unui tânăr într-un colectiv de muncă depinde pe de o parte de calităţile şi particularităţile sale, iar pe de altă parte de experienţa, coeziunea şi permeabilitatea membrilor grupului în care va lucra.

Fiecare colectiv de muncă are propriul sistem de relaţii generale şi individuale. Unele sunt mai conservatoare, altele mai puţin conservatoare, în unele se întâlneşte o atmosferă mai caldă, în altele una de-a dreptul glacială.

În unitatea unde a fost repartizat, tânărul poliţist este aşteptat de colegi, cunoscuţi, de ofiţerul de serviciu şi nu de puţine ori de către viitorul şef. Acest fapt îi va crea imaginea unui climat relativ favorabil.

Contactul cu colectivul în care va lucra are o mare importanţă pentru integrarea sa. Asupra lui se abate uneori numeroase întrebări care vizează de regulă locul de domiciliu, şcoala unde s-a pregătit, cu ce profesori a urmat cursurile, ce rezultate a avut, ce preferinţe are, starea civilă, etc.

El trebuie:

- să răspundă cu calm, cu seriozitate şi modestie la toate întrebările şi să nu monopolizeze discuţiile
- să nu-şi aleagă biroul sau scaunul pe care va sta în viitor ci să le primească cu plăcere pe cele care-i sunt oferite:
- atunci când observă aspecte care nu-i fac plăcere să nu le combată cu brutalitate;
- să manifeste tact atunci când constată că unele activităţi se desfăşoară altfel decât a învăţat în şcoală. Expresiile de genul "Domnule, nu procedaţi corect. Noi am învăţat în şcoală că..." sau "Faceţi aşa cum vă spun eu, pentru că ştiu exact cum ne-a învăţat în şcoală" - nu fac decât să deranjeze şi să atragă antipatie;
- să respecte regulile din colectivul în care lucrează;
- să nu se jeneze atunci când nu cunoaşte o problemă ci să întrebe, să ceară sfaturi. Colegii, şefii le vor împărtăşi din priceperea, profesionalismul şi se vor simţi utili;
- să urmărească permanent să se "alinieze" la colectiv, la cerinţele sale, la sistemul său de relaţii, având grijă să nu ştirbească în nici un fel personalitatea şefilor sau a colegilor.

Uneori, procesul de integrare este sinuos şi destul de îndelungat, depinzând în mare măsură de voinţa, interesul şi calităţile poliţistului.

Scanned with OKEN Scanner

Relaţiile interpersonale în unităţile de poliţie reprezintă un segment important al existenţei acestei instituţii cu implicaţii deosebite asupra relaţiilor cu publicul şi al înfăptuirii sarcinilor.

Climatul psihosocial în cadrul unităţilor de poliţie, dat de totalitatea relaţiilor, reprezintă rodul interferenţei mai multor factori în care omul, poliţistul, cu disponibilităţile, calităţile şi comportamentul său joacă un rol important.

Scanned with OKEN Scanner

IMAGINEA DE SINE ŞI PERCEPŢIA INTERPERSONALĂ

Una dintre cele mai mari aventuri ale vieţii noastre este cunoaşterea de sine. Este o adevărată tragedie faptul că unii oameni îşi petrec întreaga viaţă fără a avea o ţintă precisă, împotmolindu-se în frustrări, pentru că nu ştiu nimic despre ei înşişi sau despre felul în care ar trebui să abordeze problemele, multe dintre acestea fiind create chiar de mediul în care trăiesc.

Fără îndoială, imaginea personală are o putere atât de mare încât impactul ei este copleşitor asupra destinului, ea putând influenţa atât reuşita, cât si eşecul.

Există unii oameni care îşi accentuează aspectele negative şi nu reuşesc niciodată să se împlinească, să-şi pună în valoare calităţile de care dispun şi să-şi folosească întregul potenţial uman.

1. DELIMITĂRI CONCEPTUALE ALE IMAGINII DE SINE

Trăim într-o epocă ce încurajează cunoaşterea de sine. Pentru a deveni aşa cum ne-am visat întotdeauna, o persoană care şi-a realizat aproape toate dorinţele, trebuie să ne cunoaştem, să ne explorăm propriul eu şi să dobândim o imagine de sine cât mai exactă.

Imaginea de sine joacă un rol important în viaţa noastră, astfel:

- influenţează tonusul trăirilor noastre afective;
- ne îndrumă să ne autocunoaştem prin raportare la alţii;
- ne ajută să ne organizăm această cunoaştere într-o schemă de sine;
- ne conduce spre obţinerea stimei de sine.

Imaginea de sine este o construcţie socială prin care:

- ne formăm prin apartenenţa la un grup social prin comparare cu alţii;
- suntem influenţaţi de o situaţie socială sau de unele personalităţi din mediul social. Ne construim propriul eu reunind într-un ansamblu, relaţiile cu alţii, judecăţile altora asupra noastră şi ale noastre asupra celorlalţi, aparenţa noastră fizică, sentimentele noastre morale.

Imaginea de sine conţine cunoştinţe despre:

- trăsăturile noastre de personalitate;
- abilităţi şi priceperi;
- valori, credinţe, motivaţii;
- evenimente de viaţă, relaţii cu alţii care exercită o influenţă semnificativă.

Pentru a descrie imaginea de sine a individului, se folosesc termenii de **eu** sau de **concept de sine**.

Termenul de„eu" se referă la capacitatea fiinţei umane de a acţiona şi de a reflecta asupra propriilor acţiuni, de a fi cunoscător şi cunoscut totodată, de a construi imaginea de sine.

Scanned with OKEN Scanner

În viața de zi cu zi, avem tendința de a înțelege **eul** ca pe o persoană din interiorul nostru care dirijează persoana exterioară așa cum șoferul conduce automobilul. Există în concepția lui William James trei aspecte ale ***eului:***

Eul material constituit din corpul persoanei dar și îmbrăcămintea, casa, celelalte posesiuni.

Eul social constituit din totalitatea impresiilor pe care individul le face asupra celorlalți. Este aspectul central al eului, o sinteză a imaginii pe care o proiectăm asupra altora și a rolurilor pe care le jucăm în fața celorlalți. Avem fiecare dintre noi mai multe euri sociale în funcție de câte persoane ne cunosc și și-au format o imagine despre noi.

Eul spiritual care se referă la capacitatea noastră de autoreflecție. El trimite la experiențele noastre interioare, la valorile și idealurile care reprezintă aspecte relativ stabile ale existenței noastre.

Ținând cont de aceste aspecte ale **eului,** structura lui îl prezintă ca fiind construit (compus) din:

a) conceptul de sine, este componenta cognitivă și reprezintă totalitatea percepțiilor și cunoștințelor pe care oamenii le au despre calitățile și caracteristicile lor.

b) stima de sine, este componenta evaluativă care se referă la autoevaluările pozitive sau negative ale persoanei.

Ex. Atunci când individul are o bună impresie despre sine, se respectă, se acceptă și se evaluează pozitiv, spunem ca are o stimă de sine înaltă, pozitivă. Dacă o persoană se depreciază, se desconsideră,spunem ca are o stimă de sine slabă sau negativă. Indivizii cu stimă de sine pozitivă sunt mai adaptați, mai fericiți și au de obicei relații pozitive cu ceilalți.

c) autoprezentarea care se referă la strategiile pe care le folosește individul pentru a modela impresiile celorlalți despre el. Modul nostru de viață se bazează pe dorința de a influența încercările celorlalți de a ne cunoaște. Asta înseamnă că suntem preocupați de ceea ce gândesc alții despre noi și încercăm să îi facem să ne prețuiască, ne străduim să-i cucerim.

Pentru a face impresie bună celor din jur avem câteva comportamente semnificative:

a) *conformismul* - tendința de a împărtăși opiniile și valorile celuilalt, flatarea acestuia, preocuparea de a intra în grațiile lui;

b) *etalarea aptitudinilor și succeselor proprii* - numai atunci când se cere expres acest lucru, altfel face impresie proastă;

c) *mimarea modestiei* - doar atunci când aceasta se asociază cu performanțe și succese - altfel nu are nici un efect;

d) *asocierea în fapte sau relatări cu persoane de prestigiu* ceea ce înseamnă a te acoperi cu gloria altuia;

e) *manipularea scuzelor* - a folosi scuzele pentru orice lucru, chiar neînsemnat;

Toate acestea comportamente au menirea de a face impresie bună altora și este bine să le cunoaștem pentru a descoperi disimularea acolo unde ea există. Datorită statutului profesional și rolului pe care îl are polițistul în societate și în cadrul organizației, comportamentele menite a crea o impresie

Scanned with OKEN Scanner

bună celor din jur şi în special cetăţenilor trebuie să aibă la bază respectarea principiilor codului de etică şi deontologie profesională care promovează imaginea unui poliţist model, bine pregătit profesional.

Individul uman nu se naşte cu un **eu** gata construit, acesta se formează şi se dezvoltă prin:

- ***socializare***

Eul nostru se formează prin participarea la viaţa socială a colectivităţii unde ne desfăşurăm existenţa, prin interacţiune cu alţii.

- ***comparare socială***

O altă modalitate de formare a eului este prin comparare socială, adică ne formăm opiniile şi atitudinile faţă de eul nostru prin compararea cu alţii. Atunci când ne punem întrebări despre noi înşine ne răspundem prin comparare cu cei care ne sunt similari. Grupul este cel care oferă individului cadrul social de comparaţie, precum şi reperele necesare. De aceea putem considera *grupul ca matricea în care se cristalizează imaginea de sine.* În absenţa unor repere sau norme de comparaţie, individul se ia pe sine drept etalon şi acest lucru are ca efect supraestimarea imaginii sale.

Ex. dacă încercăm să stabilim gradul nostru de inteligenţă, nu ne comparăm cu Einstein, ci cu cei care ne sunt în multe privinţe similari(prieteni, rude, cunoştinţe). De obicei, indivizii foarte ambiţioşi, care vor să reuşească, se compară cu alţii care sunt mai dotaţi decât ei.

- **percepţia de sine**

Nu în ultimul rând eul nostru se formează prin percepţia de sine. Pentru a ajunge la o bună cunoaştere de sine trebuie să acţionăm, să ne implicăm în evenimente şi să ne observăm comportamentul propriu. *Privirea,,din exterior,, ne dă indicii despre atitudinile, credinţele, despre efectul actelor noastre, adică ne dă posibilitatea de a face deducţii asupra noastră atunci când nu suntem siguri asupra atitudinilor pe care le avem, examinându-ne comportamentele în diferite circumstanţe – fenomen ce se numeşte percepţia de sine.* Percepţia de sine este reală, chiar dacă nu o putem atinge, simţi sau vedea. Eşecul şi succesul sunt la fel de reale.

Imaginea de sine este propria noastră părere despre ce fel de persoană suntem. Este rezultatul experienţelor trecute, reuşitelor sau eşecurilor, umilinţelor sau triumfurilor şi poartă amprenta modului în care am fost trataţi de ceilalţi, mai ales în primii ani ai copilăriei. Această imagine odată formată noi o socotim corectă. Dar ea poate fi falsă - şi în multe cazuri ea chiar este falsă - dar important este faptul că noi ne comportăm ca şi cum ar fi adevărată. Teoretic ea este adevărată. Asta înseamnă ca imaginea de sine, cea a unei fiinţe pline de slăbiciune, a unei victime, căreia i se întâmpla tot felul de lucruri este cea adevărată. Viaţa noastră se desfăşoară ca şi cum imaginea ar fi adevărată. Imaginea de sine se poate schimba, este nevoie însă de o altă perspectivă.

Imaginea de sine, putem spune, stă la temelia întregii noastre personalităţi. În raport cu ea, experienţele noastre tind să se adeverească şi să întărească propria imagine, ducând astfel la un cerc vicios. Toate acţiunile si

Scanned with OKEN Scanner

sentimentele noastre sunt în concordanţă cu imaginea noastră personală. Ne vom comporta aşa cum credem că suntem. Pur si simplu nu putem acţiona astfel, indiferent de câtă voinţă am da dovadă. Cel care se socoteşte un "ratat" va face în aşa fel încât sa rateze, oricât de mult s-ar strădui să cunoască succesul si oricâte şanse i-ar ieşi în cale. Cel care se socoteşte "ghinionist" va face în aşa fel încât sa demonstreze că este într-adevăr victima "ghinionului".

EX.

Un agent de poliţie începător dacă îşi va începe activitatea cu atitudine descurajată, va trezi neîncrederea cetăţeanului, va realiza acest lucru şi astfel va avea "dovada" că imaginea sa personală este cea corectă: este nepregătit, net inferior si un ratat.

Din cauza aşa zisului " adevăr obiectiv", o persoană îşi dă seama rareori că problema constă în evaluarea de sine.

Ne dăm seama că imaginea de sine poate fi duşmanul sau prietenul nostru, depinde, dacă se hrăneşte din eşecurile din trecut pentru a ne submina în prezent, sau dacă se hrăneşte din succesele trecute pentru a ne da curaj să trăim în prezent şi să progresăm.

Trebuie să descoperim secretul convieţuirii cu propria persoană si să nu ne temem de nimic. *O imagine personală sănătoasă este cheia convieţuirii cu sine şi cu ceilalţi.* Dacă ne percepem realist si ne acordăm respectul meritat, acumulând succesele si sentimentele, păstrându-ne încrederea în sine în ciuda eşecurilor si iertându-ne propriile greşeli, ajungem într-adevăr sa trăim în armonie cu propria persoană.

Trebuie să practicăm deprinderea de a ne accepta aşa cum suntem, în loc să ne forţăm să devenim ceea ce nu suntem. Acceptarea de sine ne dă încredere, în timp ce încercarea de a ţine pasul cu ceilalţi duce la o stare de tensiune permanentă. Nu este vorba decât de a gândi pozitiv, de a vedea partea bună a lucrurilor şi cu siguranţă succesul în relaţiile interumane nu va întârzia să apară.

2. PERCEPŢIA INTERPERSONALĂ

Omul trăieşte într-o lume complexă, de obiecte şi persoane, o lume care este în acelaşi timp fizică, socială şi culturală. Zilnic interacţionăm, într-un fel sau altul, cu persoane de diferite vârste, condiţii sociale, cu feluri de a fi diferite, cu reacţii mai mult sau mai puţin previzibile: îi privim în trecere pe stradă sau în alte locuri publice, îi salutăm pe cei cunoscuţi, purtăm discuţii.

În fiecare moment, mintea noastră recepţionează şi prelucrează o multitudine de informaţii despre "celălalt", pe baza cărora încercăm să cunoaştem persoana, să îi înţelegem felul de a fi, motivele, intenţiile şi, astfel, să putem anticipa reacţiile sale.

Spre deosebire de percepţia unui obiect fizic, perceperea "altuia" este mult mai complexă, nu numai pentru că individul uman are o mulţime variată de însuşiri, ci şi pentru că "obiectul" percepţiei este, la rândul lui, "subiect cunoscător", conştient de sine şi de actul percepţiei, care ne influenţează în

Scanned with OKEN Scanner

mod activ şi, de multe ori, intenţionat, percepţia. În acest fel, percepţia interpersonală se include în mecanismul interacţiunii cu celălalt.

Percepţia celuilalt are ca obiect relaţiile, statusurile, rolul, comunicarea, comportamentele sociale ale altor persoane.

Ea se realizează în două ipostaze:

- *percepţie obiectivă* ca percepţie reală a comportamentului manifestat (ca realitate; ce este; cum arată)
- *percepţie subiectivă* ca o percepţie prezumtivă a ceea ce aşteaptă subiectul de la persoana dată (intervine interpretarea fiecăruia)

O percepţie socială imediată a unei persoane abia cunoscută, nu este posibilă. La primul contact se poate obţine doar o imagine globală, superficială, reţinându-se doar fizionomia, unele aspecte exterioare. De aceea pentru percepţia socială sunt necesari mai mulţi indicatori de ordin psihosocial:

- comportamentul social (prosocial sau antisocial)
- relaţii între persoane (prietenie, amiciţie, colegialitate, duşmănie, etc)
- indicatori evaluativi (bun – rău)
- atitudini (cinste, corectitudine, dispreţ, ură, etc)

Percepţia interpersonală înseamnă a-l cunoaşte pe celălalt, a-l clasifica în anumite categorii cultural semnificative şi în acelaşi timp, a fi conştient de statusul şi rolul său.

Calitatea percepţiei sociale este condiţionată de

- factori obiectivi: felul activităţilor desfăşurate, contextul sociocultural;
- factori subiectivi: atenţie, curiozitate, motivaţie.

În perceperea interpersonală individul foloseşte o serie de elemente ajutătoare, cum ar fi:

- **Informaţiile prealabile** în legătură cu persoana respectivă, informaţii care sunt de obicei incomplete (statut, comportament, atitudine care sunt preluate de la alte persoane);
- **Categoriile** de clasificare ale grupului din care fac parte indivizii. În fiecare grup există criterii de clasificare (buni, răi, deştepţi, inculţi);
- **Empatia**, adică acea capacitate a subiectului de a sesiza în mod practic, intuitiv, atitudinile şi sentimentele altuia, semnificaţia conduite sale;
- **Simţul comun**, adică acele observaţii şi concluzii asupra comportamentului direct observabil, care se dezvăluie mai ales în relaţiile interpersonale (atitudinea directă);
- **Comunicarea şi percepţia afectivă** - vocea mişcarea mâinilor, mimica au un rol important în percepţia celorlalţi (limbajul nonverbal).

Abilitatea de a-i înţelege pe ceilalţi este general-umană, ea fiind exersată încă din copilărie, prin învăţarea unor "etaloane" de percepere a semenilor, care ne direcţionează şi ne structurează percepţia. În anumite culturi tradiţionaliste, în care expresiile emoţionale şi comportamentele sunt înalt ritualizate, aceste etaloane sunt foarte rigide. Societatea modernă a produs, la rândul ei, etaloane

Scanned with OKEN Scanner

care simplifică percepția interpersonală și o fac mai adaptabilă la diversitatea culturală.

2.1 Factorii care influențează percepția interpersonală

Cercetările efectuate în domeniul psihologiei sociale au scos în evidență o serie de factori care favorizează sau distorsionează cunoașterea celorlalți.

2.1.1. Factorii care favorizează percepția interpersonală.

- **experiența de relaționare** cu personalități diverse este indispensabilă: înțelegerea celuilalt implică un șir de deducții, deci sunt necesare judecăți anterioare de referință, realizate în situații anterioare similare sau diferite.
- **asemănarea cu "celălalt"**. Cu cât persoana percepută este mai apropiată de subiect ca vârstă, gen, religie, etnie, clasă socio-ocupațională, cu atât judecățile anterioare în situații similare sunt mai bogate și permit o mai bună interpretare a informațiilor actuale. Există însă și fenomenul de *similaritate presupusă*, prin care atribuim celuilalt, pe baza unor asemănări întâmplătoare, și alte însușiri, pe care el nu le are.
- **inteligența**, ca aptitudine de a prelucra, rapid și adecvat situației, informații diverse, de a face deducții și inducții pornind de la indici aparenți disparați, de a înțelege și interpreta relații cauzale sau de contingență, este importantă atât în judecarea propriei persoane, cât și în judecarea celuilalt. Unii autori sunt de părere chiar că este vorba de o formă specializată a inteligenței - inteligența socială.
- **complexitatea și stilul cognitiv.** Când subiectul are un stil cognitiv mai complex decât obiectul, el va interpreta corect persoanele; dacă însă complexitatea percepătorului este mai redusă, este foarte posibil ca acesta să facă erori în judecarea celuilalt. Persoanele cu un stil rigid de cunoaștere nu pot fi buni judecători comparativi cu cei care sunt flexibili. Cunoașterea propriei complexități, intuiția, favorizează judecarea corectă a celuilalt, nu numai în privința trăsăturilor comune, ci și a celor diferite.
- **stabilitatea emoțională** este direct asociată cu abilitatea socială: persoanele echilibrate, fără tulburări nevrotice, sunt de regulă expansive, le place să supravegheze, să influențeze și să aibă grijă de ceilalți. Persoanele dependente, stângace, nevrotice, au tendința de a fi ilogice în interpretarea indicilor perceptivi și nu își judecă adecvat semenii. De fapt aici este vorba de un cerc vicios: structura lor de personalitate îi împiedică să perceapă și să judece corect, relaționarea se bazează pe aceste percepții distorsionate și este, la rândul său, defectuoasă și generatoare de distorsiuni ulterioare.
- **detașarea de ceilalți** favorizează o mai bună perspectivă, un bun judecător fiind adesea introvertit și enigmatic. S-a constatat că judecătorii slabi sunt excesiv de sociabili, expansivi și dependenți de ceilalți.
- **atitudinea estetică** poate fi un factor de compensare a limitelor experienței,a inteligenței și complexității cognitive mai reduse, a similarității. Sensibilitatea estetică, poate ajuta la înțelegerea intuitivă, empatică, a celuilalt,

Scanned with OKEN Scanner

la sesizarea discordanţelor comportamentale. Persoanele care sunt preocupate de înţelegerea semnificaţiei stărilor subiective proprii vor judeca cu destulă acurateţe stările celuilalt.

• **persoanele neautoritare** percep mai sensibil şi mai corect nuanţele stărilor celorlalţi pentru că se proiectează mai puţin, pe când persoanele autoritare sunt mai centrate pe ele însele şi au o tendinţă mai marcată de a se proiecta.

• **genul persoanei**. Femeile sunt mai bune judecătoare ale celuilalt decât bărbaţii, datorită rolului important pe care îl joacă în viaţa lor relaţiile sociale: ele au tendinţa de a percepe preponderent aspecte legate de structura internă a persoanei decât de statutul social, ale cărui însemne exterioare (îmbrăcăminte,limbaj) eclipsează uneori trăsăturile de profunzime ale personalităţii.

Avem tendinţa de a judeca cu mai multă acurateţe persoanele care aparţin propriei noastre subculturi (sat /oraş, zonă geografică), similare nouă ca vârstă, gen, statut socio-profesional, decât pe cele care provin din subculturi diferite sau faţă de care distanţa socială este mai mare. Pe măsură ce experienţa creşte, se produce astfel o specializare într-un anumit domeniu al relaţiilor interpersonale (de exemplu relaţiile cu un anumit tip de public), dar nu întotdeauna raţionamentele deductive sunt valide în alt context: poliţistul, obişnuit cu mentalitatea infractorilor, are tendinţa de a fi suspicios în relaţiile sale cu oamenii obişnuiţi, medicul vede în jurul său numai oameni bolnavi etc.

2.1.2. Factorii care distorsionează percepţia interpersonală.

Alături de factorii care favorizează percepţia interpersonală întâlnim şi factori care distorsionează, ei putând fi atât subiectivi, cât şi obiectivi:

a) Factori de distorsiune subiectivi - ţin de persoana care percepe, adică cum percep eu:

• **schematizarea** constă în simplificarea exagerată a celor percepute.

• **proiecţia** este atribuirea de către subiect a unor trăsături, intenţii, trăiri care sunt de fapt ale lui, fie prin *similaritate* (persoanele agresive cred că ceilalţi sunt agresivi, pedanţii exagerează importanţa pedanteriei la alţii), fie prin *complementaritate* (persoanele tăcute supraapreciază comunicativitatea).

• **similaritatea presupusă** se bazează pe egocentrismul percepătorului şi constă în percepţia preferenţială a calităţilor şi defectelor proprii la celălalt (a vedea paiul din ochii altuia şi bârna din ochii tăi, nu).

• **persoanele egocentrice şi imature emoţional** sunt prea preocupate de conflictele intrapsihice pentru a mai avea disponibilitate să-i observe pe ceilalţi, de a ceea ele vor fi mai înclinate să facă erori de atribuire.

• **efectul de halo**. Interpretarea indicilor se face în funcţie de informaţii / experienţe anterioare: persoanele cu funcţii mai înalte sunt percepute ca fiind mai inteligente decât cele fără funcţii; persoanele frumoase/atractive fizic sunt percepute ca mai inteligente şi mai bune decât cele antipatice.

Scanned with OKEN Scanner

• **inerţia perceptivă** constă din interpretarea comportamentului actual prin prisma celor anterioare (*efect de primă impresie*, în care informaţia iniţială are un impact mai puternic decât cea ulterioară, chiar dacă aceasta din urmă este mai consistentă şi o contrazice pe prima), existând o disociere între evoluţia reală a comportamentului celuilalt şi perceperea şi interpretarea corectă a acestor schimbări.

• **atitudinea generală**. Unele persoane au tendinţa de a fi constant binevoitoare şi indulgente în judecarea celorlalţi, pe când altele sunt constant prudente şi exigente.

• **normele de grup** la care se raportează subiectul constituie cadre sociale de evaluare a comportamentului celuilalt: **ex.** un oltean cu un comportament vioi şi expansiv poate fi perceput ca impertinent sau agresiv într-un grup de ardeleni (există o discrepanţă între normele de grup conform cărora se comportă olteanul şi cele după care este interpretat comportamentul său).

Din categoria factorilor subiectivi fac parte şi factorii de distorsiune datoraţi obiectului percepţiei, adică cum sunt eu perceput de către ceilalţi:

• **trăsăturile de personalitate** manifestate în comportament pot induce modificări ale percepţiei: persoanele arogante par mai înalte, persoanele umile par mai scunde, persoanele vesele par mai frumoase!

• **intenţia de disimulare** a exprimării emoţionale poate "păcăli" percepătorul neavizat. Există persoane care au un grad ridicat de autocontrol asupra propriului comportament (se pot preface foarte uşor) şi persoane care nu sunt atât de autocontrolate sau care consideră că este mult mai important să se arate aşa cum sunt în realitate.

b*) Factori de distorsiune obiectivi, care aparţin situaţiei*:

• **contextul situaţiei.** În absenţa unor informaţii despre contextul şi istoricul relaţiei, indicii perceptivi sunt greu de interpretat (un gest sau o privire au cu totul altă semnificaţie atunci când ştim "despre ce a fost vorba" până în prezent în relaţia respectivă).

• **statutul social.** Cunoaşterea poziţiei socio-profesionale a unei persoane influenţează judecarea ei nu numai din cauza credinţelor noastre sau a informaţiilor despre categoria respectivă (vezi mai sus efectul de halo); informaţiile despre statutul social al persoanei pot provoca chiar distorsiunea percepţiei staturii.

ex. persoanele de rang înalt (profesori, demnitari) sunt percepute ca fiind de statură mai înaltă decât în realitate.

Schimbarea contextului în care are loc percepţia poate aduce surprinzătoare modificări de imagine: văzut pe stradă sau în autobuz, acelaşi profesor pare mai scund decât în sala de curs.

Toţi aceşti factori au un rol hotărâtor în modul în care îi percepem pe semenii noştri, iar ca viitori poliţişti trebuie să avem în vedere faptul că imaginea personală şi profesională este tot timpul influenţată de percepţia pe care o au cetăţenii despre noi.

Scanned with OKEN Scanner

3. ATITUDINI ŞI STEREOTIPURI SOCIALE

În funcţie de modul cum percep şi sunt percepuţi, poliţiştii au anumite reacţii faţă de persoanele, ideile, obiectele din viaţa de zi cu zi.
Aceste reacţii se numesc atitudini.

Psihologii definesc atitudinea ca o organizare relativ durabilă de credinţe, sentimente şi tendinţe comportamentale faţă de persoane, grupuri, obiecte şi evenimente semnificative din punct de vedere social.

Cum rezultă din definiţie, atitudinea este o combinaţie de reacţii cognitive, afective şi comportamentale faţă de un obiect. Poziţia pe care o adoptăm faţă de un obiect depinde de gândurile şi credinţele noastre. A avea o atitudine faţă de un obiect înseamnă al evalua pozitiv sau negativ. Atitudinile se caracterizează printr-un aspect comportamental în sensul că ne creează predispoziţia de a ne comporta într-un anumit fel faţă de o persoană, obiect, eveniment.

În concluzie,atitudinile au patru caracteristici fundamentale:

- se raportează întotdeauna la obiect;
- sunt evaluative;
- sunt relativ durabile;
- sunt predispoziţii spre acţiune.

Atitudinile nu sunt înnăscute ci învăţate. Învăţarea atitudinilor este o parte a procesului de socializare şi se produce prin experienţa directă cu obiectele sociale sau prin interacţiune cu ceilalţi.

Atitudinea este resimţită ca o stare internă care exercită o influenţă directă asupra comportamentului persoanei. Sunt un fel de pregătire pentru acţiune, starea de a fi gata de intervenţie, care ajută subiectul să se orienteze în situaţii date. Atitudinile diferă de la o persoană la alta, în aceleaşi condiţii concrete, persoane diferite putând avea atitudini diferite.

Exemplu: Atitudinea faţă de munca de poliţie. Unii poliţişti se implică activ în rezolvarea sarcinilor profesionale, se pregătesc continuu, sunt responsabili, alţii aşteaptă doar ziua de salariu şi alte beneficiii fără a depune vreun efort pentru pregătirea profesională şi asumarea responsabilităţii,

Atitudinile îndeplinesc anumite funcţii în viaţa noastră:

O funcţie cognitivă, manifestată prin faptul că subiectul memorează date şi informaţii, le prelucrează, le valorizează. De exemplu când suntem puşi într-o situaţie nouă, simţim nevoia unei atitudini pentru conturarea căreia punem în funcţiune cât mai multe cunoştinţe pe care le avem.

O funcţie adaptativă, deoarece prin dezvoltarea atitudinilor, subiectul poate controla mai bine felul în care se plasează pe sine în situaţii noi.

O funcţie expresivă, întrucât noi ne exteriorizăm poziţia, care devine vizibilă pentru ceilalţi.

O funcţie de apărare a sinelui care ne ajută să ne păstrăm încrederea şi respectul de sine în situaţii diferite. De exemplu atunci când luăm atitudine faţă de infractori, am vrea să ne plasăm cât mai departe de ei, să ne deosebim total de ei.

Scanned with OKEN Scanner

Atitudinile sunt întotdeauna legate de sistemul de valori pe care îl avem. Din atitudinile noastre se poate înțelege ce credem despre frumos, despre bine, despre ceea ce este indicat, firesc,etc. Aceste valori sunt credințe, convingeri ale noastre constante în timp. Ele sunt pozitive din punct de vedere subiectiv şi variază doar ca intensitate. Valorile asociate atitudinilor nu trebuie confundate cu valorile în general Acestea pot fi prin sine, pozitive sau negative. Atitudinile aparțin fiecăruia dintre noi iar noi, nu punem în acțiune decât valori pe care le considerăm pozitive.

Odată ce aceste atitudini sunt bine definite şi interiorizate ele se pot transforma în stereotipuri.

Stereotipul este o judecată de valoare pozitivă sau negativă, cristalizată sub forma unei convingeri.

Trăsăturile cele mai influente ale stereotipurilor sunt:

- obiectul judecății îl formează anumite grupuri umane, rasiale, naționale, de clasă, profesionale ori politice şi/sau relațiile dintre aceste grupuri;
- au o intensă încărcătură emoțională pozitivă sau negativă, de acceptare sau respingere. Această încărcătură emoțională face ca o gândire bazată pe stereotipuri să avantajeze producerea conflictelor;
- corespunde parțial faptelor ceea ce îi conferă aparența unei depline veridicități;
- sunt durabile şi rezistente la schimbare tocmai datorită independenței sale față de experiența şi încărcătura sa emoțională.

Polițistul prin statutul pe care îl are în societate trebuie să evite să acționeze stereotip. În primul rând situațiile pe care le întâlneşte sunt diverse şi trebuie să abordezi orice problemă ca fiind unică şi particulară. În al doilea rând pentru a fi eficient, pentru a-ți câştiga respectul de bun profesionist trebuie să laşi deoparte sentimentele personale şi să judeci situațiile prin prisma valorilor promovate de lege, normă sau alte reglementări.
Comportamentul, atitudinea pe care o manifeşti atât la serviciu cât şi în viața particulară contribuie la promovarea unei imagini pozitive

Fiecare organizație este formată din oameni cu personalități diferite, cu imagini personale diferite. Imaginea unei organizații este dată de suma imaginilor personale ale indivizilor ce o compun.

Imaginea instituțiilor publice este foarte importantă pentru funcționarea în cadrul societății. Poliția Română nu poate funcționa în societate decât dacă se bucură de o largă susținere socială, determinată în primul rând de încrederea populației în aceasta, încredere condiționată la rândul ei de modul în care poliția este percepută în societate. Ea trebuie să fie percepută ca un partener social, de încredere care gestionează eficient resursele societății şi problemele cetățenilor şi nu ca un partener, care iroseşte resursele societății, fără rezultate substanțiale în folosul acesteia.

Imaginea este considerată ca parte componentă a reprezentării sociale, elementul ei stabil ce corespunde sistemului de valori compatibil culturii şi normelor sociale date.

Scanned with OKEN Scanner

În sens larg imaginea socială poate fi interpretată ca ansambluri de criterii, reguli şi interpretări care se formează de-a lungul timpului, moştenite şi transmise, modificate şi îmbogăţite, acceptate şi asimilate de grup.

Imaginea poliției este dată de către polițiștii care prin natura profesiei vin în contact permanent cu cetățenii. Aceştia aşteaptă de la polițişti o contribuție activă la securitatea lor şi să le protejeze bunurile pe care le posedă. Aşadar, polițistul trebuie să asocieze o disponibilitate totală cu un comportament personal exemplar.

În acest sens, el contribuie la sporirea încrederii cetățeanului în instituția Poliției şi la formarea convingerii că este beneficiarul, în fapt, al serviciilor oferite de aceasta.

Misiunile de serviciu public pe care polițistul este însărcinat să le îndeplinească îl plasează deseori în contact direct cu cetățenii cărora el trebuie să le creeze o imagine de profesionist.

Pe lângă eforturile depuse de marea majoritate a polițiştilor de a menține o imagine pozitivă mai sunt şi situații în care unii polițişti aduc atingere onoarei şi demnității şi implicit imaginii Poliției Române.

Pentru ca omul sa fie adaptabil si eficient, el trebuie să fie format ca atare de timpuriu şi ajutat să-şi menţină disponibilităţile pe care le are la cote înalte de funcţionare. Într-o lume a căutărilor si eforturilor spre mai bine, referirea la o personalitate cu adevărat eficientă, încetează să mai fie o problemă de conjunctura efemeră si perisabilă, devenind, dimpotrivă, una de interes maximal.

Scanned with OKEN Scanner

BIBLIOGRAFIE

1.	Adrian Neculau	Manual de psihologie, Editura Polirom, pag. 108-115
2.	Alex Mucchielli	Arta de a comunica, Editura Polirom 2005, pag. 75-86;
3.	Alin Gavrieluc	De la relaţiile interpersonală la comunicarea socială, Editura Polirom 2006, pag. 33-47;
4.	Allan Pease	Limbajul trupului;
5.	Allan Pease	Limbajul vorbirii – Ed. Polimark 1995, pag. 118 – 143;
6.	Col. Teleşpan C-tin.	Comunicare managerială în organizaţia militară;
7.	Conf. univ. dr. col. Vasile Tran	Introducere în crearea de imagine Note de curs;
8.	Constantin Sălăvăstru	Teoria şi practica argumentării – Ed. Polirom 2003, pag. 66-118;125-173;294-301;
9.	Eugen Moş	Comunicarea în prevenirea şi rezolvarea conflictelor;
10.	General de brigadă drd. Ion Crînguş şi lt. psiholog Simona Erciulescu	Probleme de psihologie militară, Ed. MAI, 2006, pag. 263 – 280;
11.	General de brigadă Anghel Andreescu, cpt. drd. Ştefan Prună	Psihopedagogie militară, Ed. Timpolis, 1999, pag. 130 – 142
12.	Gheorghe Mihai	Psiho-logica argumentării dialogale, Ed. Academiei,1987, pag. 126-145;
13.	Helena Cornelius şi Shoshana Faire	Ştiinţa rezolvării conflictelor, Ed. Ştiinţifică şi tehnică, 1996, pag. 81 – 210;
14.	Ioaneta Vintileanu, Gabor ÁDÁM	Poliţia şi Comunităţile Multiculturale din România, pag. 115 – 126 – Cluj, 2003;
15.	Ion Crânguş, Simona Erciulescu	Probleme de psihologie militară", Editura M.A.I, pag. 168-183;
16.	Ion Frunză şi Angela Teşileanu	Comunicarea, negocierea şi rezolvarea conflictelor, Ed. Mondal, 2002, pag. 122-167;
17.	Ion Ovidiu Pânişoară	Comunicare eficientă;
18.	Jean Claude Abric	Psihologia comunicării, Editura Polirom 1999, pag. 13-31, 79-96;
19.	Kevin Hogan	Psihologia persuasiunii, Ed. Antet XXX PRESS. Filipeşti de Târg, 1996, pag. 11- 45;
20.	Mielu Zlate	Eul şi personalitatea, editura Trei;
21.	Pierre De Visscher, Adrian Neculau	Dinamica grupurilor, Ed. Polirom 2001, pag. 251-303
22.	x x x	Manual – Elemente de psihologie generală şi judiciară, Câmpina, 2002, pag. 45 – 55;
23.	x x x	Sinteză documentară – Managementul conflictelor şi negocierea, nr. 2 (21) – 2005, Tipografia MAI, pag. 6 – 14;
24.	x x x	Comunicarea organizaţională şi managementul situaţiilor de criză
25.	x x x	Confruntare vs. Colaborare – Ghid practic pentru ofiţeri şi agenţi de poliţie care lucrează cu minoritatea română. pag. 24 - 39
26.	x x x	Institutul pentru Cercetarea şi Prevenirea Criminalităţii, Ed. MAI, 2005, pag. 30 – 64

Scanned with OKEN Scanner

27. x x x Management organizaţional în domeniul ordinii Publice, vol.II, Ed. M. I. Bucureşti, 2001, pag.3-37 şi 196-205
28. x x x Managementul conflictelor şi negocierea, Ed. MAI, nr. 2(21), 2005, pag. 14-18
29. x x x Managementul Conflictelor şi Negocierea, Tipografia M.A.I. nr. 2, 2005, pag. 25 – 37;
30. x x x Managementul Conflictului – ghid pentru formatori şi cadre didactice – Bucureşti, 2001, pag. 5 – 79;
31. x x x Manual – Logică şi argumentare, Humanitas, 2000 pag. 23-77;
32. x x x Manual – Relaţia poliţist comunitate, Câmpina, 2002, pag. 196-202;
33. x x x Manualul de psihologie, Editura All 1999, pag.99 – 111;
34. x x x Psihologie generală şi psihologie socială, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, pag. 248-277
35. x x x Relaţia poliţist-comunitate, Manual, 2002, pag. 174 – 184;
36. x x x Sinteză Documentară – Discursul în relaţii publice, modalităţi de manipulare şi persuasiune nr. 1 – 2005 tipografia M.A.I., pag. 32 – 63.
37. x x x Tehnici de secretariat – Culegere de lecţii, Câmpina, 2004, pag.30-31;

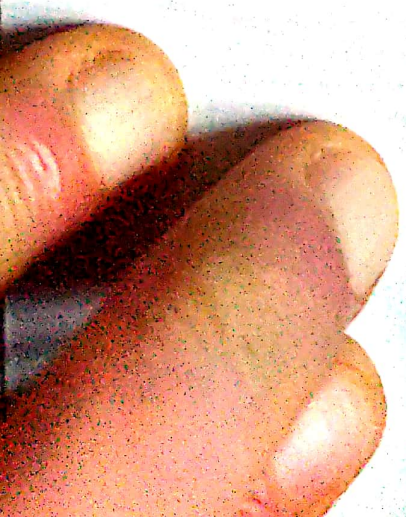
Scanned with OKEN Scanner

CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE 3
COMUNICARE ŞI INTERACŢIUNE SOCIALĂ 5
1. COMUNICAREA ŞI ELEMENTELE SALE 6
2. FUNCŢIILE PROCESULUI DE COMUNICARE 9
3. COMUNICAREA ÎN ACTIVITATEA PROFESIONALĂ 11
TIPURI DE COMUNICARE 16
1. COMUNICAREA ORALĂ 17
2. COMUNICAREA SCRISĂ 19
2.1. Elementele lucrărilor de corespondenţă administrativă 20
2.2. Raportul 21
2.3. Contestaţia 21
2.4. Adeverinţa 22
2.5. Scrisoarea de trimitere de acte (adresa) 22
2.6. Scrisoarea de mulţumire 23
2.7. Scrisoarea de felicitare 23
2.8. Scrisoarea de recomandare 23
2.9. Invitaţia 24
3. COMUNICAREA NONVERBALĂ 24
BLOCAJE ÎN COMUNICARE 32
1. CAUZE CARE POT ÎMPIEDICA REALIZAREA UNEI COMUNICĂRI EFICIENTE 33
2. TIPURI DE BLOCAJE ÎN COMUNICARE 35
3. MODALITĂŢI DE OPTIMIZARE A COMUNICĂRII ÎN RELAŢIILE INTERPERSONALE . 38
3.1. Analiza tranzacţională 38
3.2. Ascultarea activă 39
3.3. Deschiderea 40
3.4. Receptarea corectă a mesajului 40
3.5. Încurajarea comunicării 40
3.6. Empatia 40
3.7. Persuasiunea 41
3.8. Comunicarea asertivă 41
ROLUL COMUNICĂRII ÎN GESTIONAREA SITUAŢIILOR CONFLICTUALE 42
1. CONFLICTUL: NOŢIUNI GENERALE, CAUZE ŞI TIPURI DE CONFLICTE, ETAPELE CONFLICTULUI 42
1.1. Cauzele conflictelor 42
1.2. Tipuri de conflicte 45
1.3. Etapele conflictului 48
2. HARTA CONFLICTULUI 49
3. COMUNICAREA – FORMĂ EFICIENTĂ DE GESTIONARE A SITUAŢIILOR CONFLICTUALE 53
ARGUMENTAREA 59
1. RETORICĂ ŞI ARGUMENTARE 59
2. TEHNICI DE ARGUMENTARE FOLOSITE ÎN MUNCA DE POLIŢIE 65
3. CONTRAARGUMENTAREA 66
PERSUASIUNEA 69
1. FACTORII CARE CONDIŢIONEAZĂ PERSUASIUNEA 69
1.1. Particularităţi de personalitate proprii poliţistului şi interlocutorului 70

Scanned with OKEN Scanner

1.2. Factorii conjuncturali 71
2. CERINȚE ȘI REGULI ALE PERSUASIUNII 73
2.1. Înțelegerea motivației acțiunii 73
2.2. Observarea și analizarea fenomenelor ce reclamă intervenția persuasivă a polițistului 73
2.3. Colectarea informațiilor: 73
2.4. Elaborarea strategiei persuasive: 74
3. TEHNICI PERSUASIVE FOLOSITE ÎN MUNCA DE POLIȚIE 74
NEGOCIEREA ȘI MEDIEREA 79
1. NEGOCIEREA – CARACTERISTICI GENERALE 79
1.1. Conceptul de negociere 79
1.2. Funcțiile negocierii 82
2. NEGOCIEREA 83
2.1. Etapele negocierii 83
2.2. Tehnici și tactici de negociere 85
2.3. Stiluri de negociere 86
3. MEDIEREA 87
INDIVIZI ȘI GRUPURI ÎN ORGANIZAȚII 91
1. NOȚIUNI GENERALE REFERITOARE LA INDIVID, GRUP, ORGANIZAȚIE 91
2. PARTICULARITĂȚI ALE CLIMATULUI PSIHOSOCIAL ÎN UNITĂȚILE MINISTERULUI INTERNELOR ȘI REFORMEI ADMINISTRATIVE 95
3. COMPORTAMENTUL POLIȚISTULUI ÎN COLECTIVUL DE MUNCĂ 100
IMAGINEA DE SINE ȘI PERCEPȚIA INTERPERSONALĂ 104
1. DELIMITĂRI CONCEPTUALE ALE IMAGINII DE SINE 104
2. PERCEPȚIA INTERPERSONALĂ 107
2.1 Factorii care influențează percepția interpersonală 109
2.1.1. Factorii care favorizează percepția interpersonală. 109
2.1.2. Factorii care distorsionează percepția interpersonală. 110
3. ATITUDINI ȘI STEREOTIPURI SOCIALE 112
BIBLIOGRAFIE 115
CUPRINS 117



Scanned with OKEN Scanner

COMUNICARE PROFESIONALĂ

Scanned with OKEN Scanner